

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kabupaten Jember

Kabupaten Jember merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang terletak pada bagian timur Pulau Jawa. Secara geografis kabupaten Jember berada pada koordinat sekitar 113°30'–113°45' Bujur Timur dan 7°59'–8°33' Lintang Selatan. kabupaten Jember memiliki luas wilayah sekitar 3.293,34 km² dan terdiri atas 31 kecamatan serta ratusan desa dan kelurahan. Wilayah kabupaten Jember berbatasan dengan kabupaten Probolinggo dan Bondowoso di sebelah utara, kabupaten Banyuwangi di sebelah timur, Samudera Hindia di sebelah selatan, serta kabupaten Lumajang di sebelah barat. Kondisi geografis tersebut menjadikan kabupaten Jember memiliki potensi yang besar pada sektor pertanian, perdagangan, jasa, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Gambar 4.1 Peta kabupaten Jember



Sumber: Google Maps, 2026

Berdasarkan (BPS kabupaten Jember, 2025), jumlah penduduk kabupaten Jember mencapai sekitar 2,6 juta jiwa, sehingga termasuk salah satu kabupaten dengan jumlah penduduk terbesar di Provinsi Jawa Timur. Jumlah penduduk yang relatif besar menjadi potensi tersedianya sumber daya manusia sekaligus pasar yang luas bagi perkembangan berbagai sektor ekonomi, khususnya kegiatan kewirausahaan. Tingginya jumlah penduduk juga mendorong meningkatnya kebutuhan terhadap penciptaan lapangan pekerjaan baru sehingga aktivitas usaha mandiri menjadi salah satu alternatif yang banyak dipilih masyarakat. Sebagian besar aktivitas perekonomian masyarakat kabupaten Jember masih ditopang oleh sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan. Berdasarkan struktur Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), sektor tersebut memberikan kontribusi terbesar terhadap perekonomian kabupaten Jember, yaitu sekitar 25,42% dari total PDRB tahun 2025.

Selain sektor pertanian, aktivitas ekonomi masyarakat juga berkembang pada sektor perdagangan, industri pengolahan, jasa, transportasi, serta usaha mikro dan perdagangan berbasis digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kabupaten Jember memiliki karakteristik ekonomi yang mendukung tumbuhnya kegiatan kewirausahaan masyarakat. Selain didukung oleh besarnya potensi ekonomi daerah, perkembangan kewirausahaan di kabupaten Jember juga terlihat dari tingginya jumlah pelaku UMKM dan meningkatnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha. Oleh karena itu, kabupaten Jember dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki karakteristik masyarakat yang beragam dengan aktivitas kewirausahaan yang terus berkembang, sehingga sesuai untuk mengkaji pengaruh pendidikan kewirausahaan, peran *e-commerce*, dan *self-efficacy* terhadap keputusan berwirausaha masyarakat.

Berdasarkan gambar diatas kabupaten Jember merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang memiliki aktivitas kewirausahaan yang cukup tinggi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik kabupaten Jember Tahun 2025, jumlah angkatan kerja mencapai 1.584.270 jiwa dengan total penduduk bekerja sebanyak 1.535.617 jiwa. Dari jumlah tersebut, masyarakat yang bekerja dengan status berwirausaha mencapai 46,81%, yang terdiri atas berusaha sendiri sebesar 25,83%, berusaha dibantu buruh tidak tetap sebesar 15,17%, dan berusaha dibantu buruh tetap sebesar 5,81%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa kegiatan kewirausahaan telah menjadi salah satu pilihan utama masyarakat dalam memperoleh penghasilan, bahkan proporsi masyarakat yang berusaha sendiri telah melampaui persentase penduduk yang bekerja sebagai buruh atau karyawan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kabupaten Jember memiliki karakteristik yang relevan sebagai lokasi penelitian untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam berwirausaha.

Selain tingginya proporsi masyarakat yang berwirausaha, kabupaten Jember juga memiliki jumlah usaha mikro yang cukup besar. Berdasarkan laporan kinerja (LKIP) Dinas Koperasi dan Usaha Mikro kabupaten Jember Tahun 2024, sebanyak 94.506 usaha mikro telah berhasil didata, sedangkan akumulasi penerbitan Surat Keterangan Usaha (SKU) mencapai 272.434 usaha mikro. Meskipun demikian, laporan tersebut juga menunjukkan bahwa tingkat usaha mikro mandiri baru mencapai 41% dari target sebesar 80%. Kondisi ini mengindikasikan bahwa masih terdapat tantangan dalam meningkatkan kualitas kewirausahaan masyarakat, terutama yang berkaitan dengan kualitas sumber daya manusia, kemampuan memanfaatkan teknologi digital, dan kesiapan individu dalam mengembangkan usahanya secara berkelanjutan. Oleh karena itu, kondisi empiris tersebut menjadi dasar yang memperkuat pentingnya penelitian mengenai pengaruh pendidikan kewirausahaan, *e-commerce*, dan *self-efficacy* terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di kabupaten Jember.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kabupaten Jember tidak hanya memiliki jumlah pelaku usaha yang besar, tetapi juga masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan kualitas kewirausahaan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berwirausaha menjadi relevan untuk memberikan bukti empiris sebagai dasar pengembangan kebijakan maupun program pemberdayaan masyarakat. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan

berwirausaha masyarakat di kabupaten Jember. Selanjutnya, hasil penelitian diawali dengan penyajian karakteristik responden sebagai gambaran umum subjek penelitian sebelum dilakukan analisis terhadap hasil penelitian.

4.2 Hasil Analisis Data

4.2.1 Hasil Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif digunakan untuk mengumpulkan, menyusun, meringkas dan menyajikan data dengan baik sesuai dengan pengelompokannya dalam pengaruh pendidikan kewirausahaan, peran *e-commerce* dan *self-efficacy* terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di Kabupaten Jember, maka akan dilakukan beberapa tahap sebagai berikut :

A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan gambaran mengenai latar belakang individu yang menjadi sumber data dalam penelitian. Karakteristik tersebut digunakan untuk memberikan informasi mengenai kondisi responden yang berpartisipasi dalam penelitian tentang pengaruh pendidikan kewirausahaan, peran *e-commerce*, dan *self-efficacy* terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di kabupaten Jember. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin dan usia.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut data responden berdasar jenis kelamin :

Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	35	35%
2	Laki-Laki	65	65%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.1, responden penelitian didominasi oleh laki-laki sebanyak 65 orang atau sebesar 65%, sedangkan responden perempuan sebanyak 35 orang atau sebesar 35%. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat laki-laki memiliki proporsi lebih besar dalam keputusan berwirausaha pada penelitian ini. Data tersebut memberikan gambaran bahwa responden laki-laki lebih banyak berpartisipasi sebagai masyarakat yang memiliki pengalaman atau keputusan untuk menjalankan kegiatan kewirausahaan di kabupaten Jember.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut data responden berdasar usia :

Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	16–25 Tahun	79	79%
2	26–35 Tahun	15	15%
3	36–45 Tahun	3	3%
4	46–55 Tahun	2	2%
5	> 55 Tahun	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.2, sebagian besar responden berada pada kelompok usia 16–25 tahun sebanyak 79 orang atau sebesar 79%. Responden berusia 26–35 tahun berjumlah 15 orang atau 15%, usia 36–45 tahun sebanyak 3 orang atau 3%, usia 46–55 tahun sebanyak 2 orang atau 2%, dan usia di atas 55 tahun sebanyak 1 orang atau 1%. Data tersebut menunjukkan dominasi responden usia muda dalam penelitian ini.

B. Analisis Indeks Jawaban Responden

Analisis deskriptif variabel penelitian digunakan untuk mengetahui gambaran jawaban responden terhadap setiap pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Hasil jawaban responden pada setiap indikator digunakan untuk menggambarkan kecenderungan masyarakat di kabupaten Jember dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha.

1. Hasil Responden Variabel X1 (Pendidikan Kewirausahaan)

Tabel 4.3 Hasil Responden Pendidikan Kewirausahaan

Indikator	STS (1)	%	TS (2)	%	KS (3)	%	S (4)	%	SS (5)	%	Total
X1.1	0	0	3	3	44	44	49	49	4	4	100
X1.2	0	0	5	5	44	44	49	49	2	2	100
X1.3	0	0	3	3	58	58	37	37	2	2	100
X1.4	0	0	3	3	48	48	45	45	4	4	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.3, jawaban responden pada variabel Pendidikan Kewirausahaan secara umum berada pada kategori kurang setuju hingga setuju.

- Indikator pertama (X1.1), yaitu “Saya merasa pendidikan/pelatihan yang saya terima memberikan wawasan yang cukup tentang cara memulai bisnis.” Sebanyak 49 responden atau 49% menyatakan setuju, 44 responden atau 44% kurang setuju, 4 responden atau 4% sangat setuju, dan 3 responden atau 3% tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa pendidikan atau pelatihan telah memberikan wawasan mengenai cara memulai bisnis bagi sebagian besar responden.
- Indikator kedua (X1.2), yaitu “Saya mendapatkan keterampilan praktis (teknis) dalam mengelola usaha melalui pendidikan yang saya tempuh.” Sebanyak 49

responden atau 49% menyatakan setuju, 44 responden atau 44% kurang setuju, 5 responden atau 5% tidak setuju, dan 2 responden atau 2% sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa pendidikan yang ditempuh cukup membantu responden memperoleh keterampilan praktis dalam mengelola usaha.

- c. Indikator ketiga (X1.3), yaitu “Saya merasa wawasan bisnis membentuk dan memotivasi untuk terjun ke dunia bisnis.” Sebanyak 58 responden atau 58% menyatakan kurang setuju, 37 responden atau 37% setuju, 3 responden atau 3% tidak setuju, dan 2 responden atau 2% sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh wawasan bisnis terhadap motivasi responden untuk terjun ke dunia usaha masih belum dirasakan secara kuat oleh sebagian besar responden.
 - d. Indikator keempat (X1.4), yaitu “Saya merasa wawasan dan pengetahuan kewirausahaan yang saya miliki mendorong untuk selalu berpikir kreatif dan menciptakan inovasi baru.” Sebanyak 48 responden atau 48% menyatakan kurang setuju, 45 responden atau 45% setuju, 4 responden atau 4% sangat setuju, dan 3 responden atau 3% tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa wawasan kewirausahaan telah mendorong sebagian responden untuk berpikir kreatif dan menciptakan inovasi, meskipun tingkat persetujuannya masih relatif berimbang.
2. Hasil Responden Variabel X2 (Peran *E-commerce*)

Tabel 4.4 Hasil Responden Peran *E-commerce*

Indikator	STS (1)	%	TS (2)	%	KS (3)	%	S (4)	%	SS (5)	%	Total
X2.1	0	0	11	11	50	50	34	34	5	5	100
X2.2	0	0	11	11	52	52	32	32	5	5	100
X2.3	0	0	8	8	61	61	26	26	5	5	100
X2.4	0	0	8	8	62	62	28	28	2	2	100
X2.5	0	0	15	15	48	48	35	35	2	2	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.4 jawaban responden pada variabel Peran *E-commerce* secara umum berada pada kategori kurang setuju hingga setuju. Berikut penjelasan masing-masing indikator:

- a. Indikator pertama (X2.1), yaitu “Saya merasa platform *e-commerce* (perdagangan online) dapat diakses dengan mudah kapan saja dan di mana saja untuk keperluan bisnis.” Sebanyak 50 responden atau 50% menyatakan kurang setuju, 34 responden atau 34% setuju, 11 responden atau 11% tidak setuju, dan 5 responden atau 5% sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan akses *e-commerce* belum sepenuhnya dirasakan oleh seluruh responden untuk mendukung kegiatan bisnis.
- b. Indikator kedua (X2.2), yaitu “Saya merasa langkah-langkah transaksi jual-beli melalui *e-commerce* sangat mudah dipahami dan tidak rumit.” Sebanyak 52 responden atau 52% menyatakan kurang setuju, 32 responden atau 32% setuju, 11 responden atau 11% tidak setuju, dan 5 responden atau 5% sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan transaksi melalui *e-commerce* masih belum dirasakan secara optimal oleh sebagian besar responden.
- c. Indikator ketiga (X2.3), yaitu “Saya merasa penggunaan *e-commerce* membantu

menjalankan usaha dengan modal yang lebih efisien (hemat).” Sebanyak 61 responden atau 61% menyatakan kurang setuju, 26 responden atau 26% setuju, 8 responden atau 8% tidak setuju, dan 5 responden atau 5% sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa peran *e-commerce* dalam membantu efisiensi modal usaha belum dirasakan kuat oleh sebagian besar responden.

- d. Indikator keempat (X2.4), yaitu “Saya merasa aman dari risiko penipuan saat melakukan transaksi bisnis menggunakan fitur *e-commerce*.” Sebanyak 62 responden atau 62% menyatakan kurang setuju, 28 responden atau 28% setuju, 8 responden atau 8% tidak setuju, dan 2 responden atau 2% sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa rasa aman dari risiko penipuan dalam transaksi *e-commerce* masih menjadi pertimbangan bagi sebagian besar responden.
- e. Indikator kelima (X2.5), yaitu “*e-commerce* membantu mempercepat proses pelayanan kepada pelanggan saya.” Sebanyak 48 responden atau 48% menyatakan kurang setuju, 35 responden atau 35% setuju, 15 responden atau 15% tidak setuju, dan 2 responden atau 2% sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa manfaat *E-commerce* dalam mempercepat pelayanan pelanggan belum dirasakan secara optimal oleh sebagian besar responden.

3. Hasil Responden Variabel X3 (*Self-efficacy*)

Tabel 4.5 Hasil Responden *Self-efficacy*

Indikator	STS (1)	%	TS (2)	%	KS (3)	%	S (4)	%	SS (5)	%	Total
X3.1	0	0	0	0	26	26	68	68	6	6	100
X3.2	0	0	0	0	23	23	69	69	8	8	100
X3.3	0	0	0	0	26	26	66	66	8	8	100
X3.4	0	0	0	0	25	25	67	67	8	8	100
X3.5	0	0	0	0	23	23	69	69	8	8	100
X3.6	0	0	0	0	23	23	70	70	7	7	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.5, jawaban responden pada variabel *self-efficacy* secara umum berada pada kategori setuju. Berikut penjelasan masing-masing indikator:

- a. Indikator pertama (X3.1), yaitu “Saya yakin mampu bertahan dan beradaptasi meskipun situasi pasar/bisnis berubah-ubah.” Sebanyak 68 responden atau 68% menyatakan setuju, 26 responden atau 26% kurang setuju, dan 6 responden atau 6% sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki keyakinan untuk bertahan dan beradaptasi terhadap perubahan situasi bisnis.
- b. Indikator kedua (X3.2), yaitu “Saya percaya diri mampu melihat dan mengambil kesempatan bisnis yang ada di sekitar saya.” Sebanyak 69 responden atau 69% menyatakan setuju, 23 responden atau 23% kurang setuju, dan 8 responden atau 8% sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kepercayaan diri dalam melihat dan mengambil peluang bisnis.
- c. Indikator ketiga (X3.3), yaitu “Saya yakin memiliki kemampuan untuk terus menemukan ide-ide baru bagi pengembangan usaha.” Sebanyak 66 responden atau 66% menyatakan setuju, 26 responden atau 26% kurang setuju, dan 8 responden

atau 8% sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa mampu menghasilkan ide baru untuk mendukung pengembangan usaha.

- d. Indikator keempat (X3.4), yaitu “Saya mampu menciptakan produk atau jasa yang memiliki nilai jual di masyarakat.” Sebanyak 67 responden atau 67% menyatakan setuju, 25 responden atau 25% kurang setuju, dan 8 responden atau 8% sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki keyakinan untuk menciptakan produk atau jasa yang dapat diterima dan memiliki nilai jual.
- e. Indikator kelima (X3.5), yaitu “Saya yakin memiliki skill (keahlian) dan kapasitas diri yang cukup untuk menjadi seorang wirausaha.” Sebanyak 69 responden atau 69% menyatakan setuju, 23 responden atau 23% kurang setuju, dan 8 responden atau 8% sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa memiliki keahlian dan kapasitas diri yang cukup untuk menjalankan kegiatan kewirausahaan.
- f. Indikator keenam (X3.6), yaitu “Saya mampu menyusun perencanaan bisnis yang matang untuk mencapai tujuan usaha.” Sebanyak 70 responden atau 70% menyatakan setuju, 23 responden atau 23% kurang setuju, dan 7 responden atau 7% sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan menyusun perencanaan bisnis menjadi aspek yang cukup kuat pada *self-efficacy* responden.

4. Hasil Responden Variabel Y (Keputusan Berwirausaha)

Tabel 4.6 Hasil Responden Keputusan Berwirausaha

Indikator	STS (1)	%	TS (2)	%	KS (3)	%	S (4)	%	SS (5)	%	Total
Y.1	0	0	1	1	50	50	49	49	0	0	100
Y.2	0	0	1	1	50	50	49	49	0	0	100
Y.3	0	0	0	0	48	48	50	50	2	2	100
Y.4	0	0	0	0	51	51	48	48	1	1	100
Y.5	0	0	1	1	45	45	54	54	0	0	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.6, dapat diketahui bahwa jawaban responden pada variabel Keputusan Berwirausaha secara umum berada pada kategori kurang setuju hingga setuju.

- a. Indikator pertama (Y.1), yaitu “Saya merasa keputusan berwirausaha adalah jalan terbaik bagi saya untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan pekerjaan lain.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 50 responden atau 50% menyatakan kurang setuju. Responden yang menyatakan setuju berjumlah 49 orang atau 49%, sedangkan 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju. Tidak terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju maupun sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan berwirausaha sebagai pilihan untuk memperoleh pendapatan lebih tinggi belum sepenuhnya menjadi pertimbangan utama bagi seluruh responden. Sebagian responden sudah melihat kegiatan wirausaha sebagai pilihan untuk meningkatkan pendapatan, sedangkan sebagian lainnya masih berada pada tingkat pertimbangan.
- b. Indikator kedua (Y.2), yaitu “Saya merasa memilih jalur wirausaha memberikan

kepuasan batin dan jenjang karir yang lebih menjanjikan bagi saya.” Berdasarkan hasil penelitian, sebanyak 50 responden atau 50% menyatakan kurang setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden yang menyatakan setuju berjumlah 49 orang atau 49%, sedangkan 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju. Tidak terdapat responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju dan sangat setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian masyarakat belum sepenuhnya menganggap wirausaha sebagai pilihan karir yang memberikan kepuasan dan prospek jangka panjang. Terdapat proporsi responden yang hampir sama yang telah memberikan penilaian positif terhadap jalur wirausaha.

- c. Indikator ketiga (Y.3), yaitu “Saya merasa menjadi pemilik bisnis memberikan status sosial dan kepuasan batin yang positif di mata saya dan juga masyarakat.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 50 responden atau 50% menyatakan setuju. Responden yang menyatakan kurang setuju berjumlah 48 orang atau 48%, sedangkan 2 responden atau 2% menyatakan sangat setuju. Tidak terdapat responden yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap kepemilikan bisnis sebagai salah satu hal yang dapat memberikan status sosial dan kepuasan batin. Kepemilikan usaha juga dipandang sebagai salah satu bentuk pencapaian yang memiliki nilai positif bagi individu dan masyarakat.
- d. Indikator keempat (Y.4), yaitu “Saya merasa yakin untuk segera mewujudkan ide dan konsep bisnis baru yang saya miliki menjadi sebuah usaha nyata.” Berdasarkan hasil penelitian, sebanyak 51 responden atau 51% menyatakan kurang setuju. Responden yang menyatakan setuju berjumlah 48 orang atau 48%, sedangkan 1 responden atau 1% menyatakan sangat setuju. Tidak terdapat responden yang memberikan jawaban tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keinginan untuk mewujudkan ide bisnis menjadi usaha nyata belum sepenuhnya kuat pada seluruh responden. Sebagian responden telah memiliki keyakinan untuk merealisasikan ide bisnis, sedangkan sebagian lainnya masih mempertimbangkan berbagai hal sebelum mengambil keputusan untuk memulai usaha.
- e. Indikator kelima (Y.5), yaitu “Saya memilih berwirausaha sebagai cara untuk membangun aset dan kekayaan finansial untuk masa depan.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 54 responden atau 54% menyatakan setuju. Responden yang menyatakan kurang setuju berjumlah 45 orang atau 45%, sedangkan 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju. Tidak terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju maupun sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa membangun aset dan kekayaan finansial untuk masa depan menjadi salah satu pertimbangan yang cukup kuat bagi responden dalam memilih berwirausaha. Sebagian besar responden memandang kegiatan usaha sebagai salah satu pilihan yang dapat mendukung pencapaian kondisi finansial yang lebih baik pada masa mendatang.

4.2.2 Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap variabel Pendidikan Kewirausahaan (X1), Peran *e-commerce* (X2), *self-efficacy* (X3), dan Keputusan Berwirausaha (Y) dengan menggunakan bantuan program SPSS. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel pada taraf signifikansi 5%. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang, sehingga derajat kebebasan (*df*) dihitung dengan rumus $df = n - 2$, yaitu $df = 100 - 2 = 98$. Berdasarkan ketentuan tersebut, diperoleh nilai *r* tabel sebesar 0,196. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$).

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Tabel (5%)	R Hitung	Keterangan
Keputusan berwirausaha (Y)	Y.1	0,196	0,604	Valid
	Y.2	0,196	0,511	Valid
	Y.3	0,196	0,474	Valid
	Y.4	0,196	0,526	Valid
	Y.5	0,196	0,543	Valid
Pendidikan kewirausahaan (X1)	X1.1	0,196	0,322	Valid
	X1.2	0,196	0,440	Valid
	X1.3	0,196	0,327	Valid
	X1.4	0,196	0,296	Valid
Peran <i>e-commerce</i> (X2)	X2.1	0,196	0,495	Valid
	X2.2	0,196	0,514	Valid
	X2.3	0,196	0,548	Valid
	X2.4	0,196	0,517	Valid
	X2.5	0,196	0,613	Valid
<i>Self-efficacy</i> (X3)	X3.1	0,196	0,276	Valid
	X3.2	0,196	0,251	Valid
	X3.3	0,196	0,362	Valid
	X3.4	0,196	0,368	Valid
	X3.5	0,196	0,366	Valid
	X3.6	0,196	0,321	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.7, seluruh item pernyataan pada variabel Keputusan Berwirausaha (Y), Pendidikan Kewirausahaan (X1), Peran *e-commerce* (X2), dan *self-efficacy* (X3) memiliki nilai *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel sebesar 0,196. Nilai *r* hitung terendah terdapat pada item X3.2 sebesar 0,251, sedangkan nilai *r* hitung tertinggi

terdapat pada item X2.5 sebesar 0,613. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner penelitian dinyatakan valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai Cronbach's Alpha dengan bantuan program SPSS. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai cut-off 0,60.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut-off	Keterangan
Pendidikan Kewirausahaan (X1)	0,820	0,60	Reliabel
Peran <i>E-commerce</i> (X2)	0,816	0,60	Reliabel
<i>Self-efficacy</i> (X3)	0,773	0,60	Reliabel
Keputusan Berwirausaha (Y)	0,757	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.8, variabel Pendidikan Kewirausahaan (X1) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,820, Peran *e-commerce* (X2) sebesar 0,816, *Self-efficacy* (X3) sebesar 0,773, dan Keputusan Berwirausaha (Y) sebesar 0,757. Seluruh nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari cut-off 0,60. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi persyaratan analisis regresi. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas dan uji multikolinieritas. Pengujian dilakukan terhadap variabel Pendidikan Kewirausahaan (X1), Peran *e-commerce* (X2), dan *Self-efficacy* (X3) sebagai variabel independen serta Keputusan Berwirausaha (Y) sebagai variabel dependen dengan bantuan program SPSS.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan bantuan program SPSS.

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		ABSRES_1
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.8986
	Std. Deviation	.61525
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.089
	Negative	-.077
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.9, hasil uji normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov memperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,065. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,065 > 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa residual dalam model regresi berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan atau korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinieritas apabila nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai Tolerance	VIF	Keterangan
Pendidikan Kewirausahaan (X1)	1,000	1,000	Tidak terjadi multikolinieritas
Peran <i>E-commerce</i> (X2)	0,998	1,002	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Self-efficacy</i> (X3)	0,997	1,003	Tidak terjadi multikolinieritas

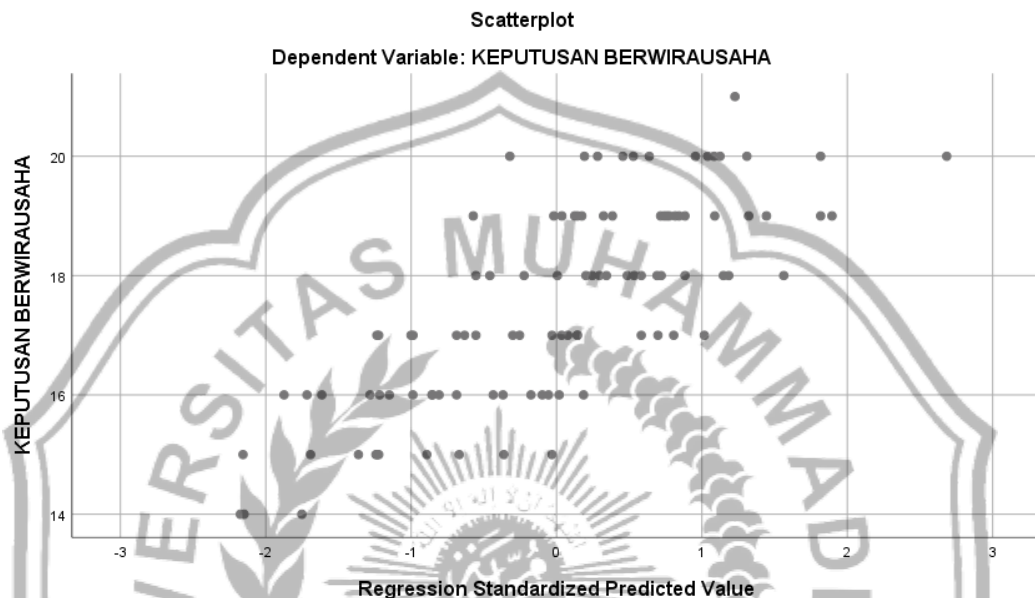
Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.10, variabel Pendidikan Kewirausahaan (X1) memiliki nilai Tolerance sebesar 1,000 dan VIF sebesar 1,000. Variabel Peran *e-commerce* (X2) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,998 dan VIF sebesar 1,002. Variabel *Self-efficacy* (X3) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,997 dan VIF sebesar 1,003. Seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan program SPSS dengan metode Scatterplot.

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Gambar 4.1, hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik Scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di sekitar garis nol dan tidak membentuk pola tertentu. Titik-titik juga terlihat menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh Pendidikan Kewirausahaan (X1), Peran *e-commerce* (X2), dan *Self-efficacy* (X3) terhadap keputusan berwirausaha (Y) pada masyarakat di kabupaten Jember. Pengujian dilakukan dengan bantuan program SPSS untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen

Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	1,001	1,507	–	0,665	0,508
Pendidikan Kewirausahaan (X1)	0,393	0,056	0,463	7,066	0,000
Peran <i>E-commerce</i> (X2)	0,267	0,038	0,465	7,090	0,000
<i>Self-efficacy</i> (X3)	0,291	0,050	0,382	5,827	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

1) Dependent Variable: Keputusan Berwirausaha (Y)

Berdasarkan Tabel 4.11, hasil analisis regresi linear berganda dapat dirumuskan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1,001 + 0,393X1 + 0,267X2 + 0,291X3 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 1,001 menunjukkan bahwa apabila variabel Pendidikan Kewirausahaan (X1), Peran *e-commerce* (X2), dan *Self-efficacy* (X3) dianggap bernilai nol atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Keputusan Berwirausaha (Y) sebesar 1,001.
- Nilai koefisien regresi Pendidikan Kewirausahaan (X1) sebesar 0,393 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Pendidikan Kewirausahaan sebesar satu satuan akan meningkatkan Keputusan Berwirausaha sebesar 0,393 satuan, dengan asumsi variabel Peran *e-commerce* dan *Self-efficacy* berada dalam kondisi tetap. Arah positif menunjukkan bahwa semakin baik pendidikan kewirausahaan yang diterima masyarakat, semakin tinggi kecenderungan masyarakat untuk mengambil keputusan berwirausaha.
- Nilai koefisien regresi Peran *E-commerce* (X2) sebesar 0,267 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Peran *e-commerce* sebesar satu satuan akan meningkatkan Keputusan Berwirausaha sebesar 0,267 satuan, dengan asumsi Pendidikan Kewirausahaan dan *Self-efficacy* berada dalam kondisi tetap. Arah positif menunjukkan bahwa semakin baik peran *e-commerce* dalam mendukung kegiatan bisnis, semakin tinggi kecenderungan masyarakat untuk mengambil keputusan berwirausaha.
- Nilai koefisien regresi *Self-efficacy* (X3) sebesar 0,291 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan *Self-efficacy* sebesar satu satuan akan meningkatkan Keputusan Berwirausaha sebesar 0,291 satuan, dengan asumsi Pendidikan Kewirausahaan dan Peran *e-commerce* berada dalam kondisi tetap. Arah positif menunjukkan bahwa semakin tinggi keyakinan masyarakat terhadap kemampuan dirinya, semakin tinggi kecenderungan untuk mengambil keputusan berwirausaha.

4.2.5 Uji Hipotesis Penelitian

1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai t hitung dan nilai signifikansi 0,05. Dengan jumlah responden 100 orang dan tiga variabel independen, nilai t tabel pada taraf signifikansi 5% adalah sekitar 1,985. Hipotesis diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $Sig. < 0,05$.

Tabel 4.12 Hasil Uji Signifikansi Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Pendidikan Kewirausahaan (X1)	7,066	1,985	0,000	H1 Diterima
Peran <i>E-commerce</i> (X2)	7,090	1,985	0,000	H2 Diterima
<i>Self-efficacy</i> (X3)	5,827	1,985	0,000	H3 Diterima

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.12, hasil uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Pendidikan Kewirausahaan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar $7,066 > 1,985$ dan nilai $Sig. 0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha (Y). H1 diterima.
 - Peran *E-commerce* (X2) memiliki nilai t hitung sebesar $7,090 > 1,985$ dan nilai $Sig. 0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa Peran *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha (Y). H2 diterima.
 - Self-efficacy* (X3) memiliki nilai t hitung sebesar $5,827 > 1,985$ dan nilai $Sig. 0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa *Self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha (Y). H3 diterima.
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 4.13 Hasil uji F Tabel anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	168.683	3	56.228	45.656	.000 ^b
	Residual	118.227	96	1.232		
	Total	286.910	99			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA						
b. Predictors: (Constant), <i>SELF-EFFICACY</i> , PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, <i>E-COMMERCE</i>						

Uji signifikansi simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, *E-commerce*, dan *Self-efficacy* secara simultan terhadap Keputusan Berwirausaha masyarakat di

Kabupaten Jember. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 45,656 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat dinyatakan bahwa Pendidikan Kewirausahaan, *E-commerce*, dan *Self-efficacy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha masyarakat di Kabupaten Jember

4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel Pendidikan Kewirausahaan (X1), Peran *E-commerce* (X2), dan *Self-efficacy* (X3) dalam menjelaskan variasi Keputusan Berwirausaha (Y).

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,767	0,588	0,575	1,110

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.13, nilai Adjusted R Square sebesar 0,575 menunjukkan bahwa Pendidikan Kewirausahaan, Peran *E-commerce*, dan *Self-efficacy* mampu menjelaskan 57,5% variasi Keputusan Berwirausaha masyarakat di kabupaten Jember. Sebesar 42,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Nilai R sebesar 0,767 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel independen dengan Keputusan Berwirausaha.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan keputusan berwirausaha masyarakat di kabupaten Jember. Hal ini mengindikasikan bahwa pendidikan kewirausahaan, peran *e-commerce*, dan *self-efficacy* merupakan faktor-faktor yang berkontribusi penting dalam membentuk keputusan seseorang untuk berwirausaha. Namun demikian, masih terdapat 42,5% variasi keputusan berwirausaha yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan berwirausaha merupakan perilaku yang bersifat kompleks dan tidak hanya dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti motivasi berwirausaha, dukungan keluarga, pengalaman usaha, akses permodalan, lingkungan bisnis, maupun karakteristik individu yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain agar kemampuan model dalam menjelaskan keputusan berwirausaha menjadi lebih komprehensif.

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 4.15 Hasil uji F Tabel anova

ANOVA ^a		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	168.683	3	56.228	45.656	.000 ^b
	Residual	118.227	96	1.232		
	Total	286.910	99			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA						
b. Predictors: (Constant), <i>SELF-EFFICACY</i> , PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, <i>E-COMMERCE</i>						

Sumber: Data primer yang diolah, 2026.

Uji signifikansi simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, *E-commerce*, dan *Self-efficacy* secara simultan terhadap Keputusan Berwirausaha masyarakat di Kabupaten Jember. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 45,656 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat dinyatakan bahwa Pendidikan Kewirausahaan, *E-commerce*, dan *Self-efficacy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha masyarakat di Kabupaten Jember.

4.3 Pembahasan

Pembahasan pada penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, *E-commerce*, dan *Self-efficacy* terhadap Keputusan Berwirausaha di kabupaten Jember. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, ketiga variabel independen terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keputusan seseorang untuk berwirausaha tidak hanya dipengaruhi oleh keinginan untuk memperoleh pendapatan, tetapi juga terbentuk melalui pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan, kemudahan pemanfaatan teknologi digital, serta keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya.

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control atau kontrol perilaku yang dirasakan. Dalam penelitian ini, pendidikan kewirausahaan berperan dalam membentuk sikap positif terhadap kewirausahaan melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan, motivasi, kreativitas, dan inovasi. *e-commerce* berhubungan dengan kontrol perilaku yang dirasakan karena memberikan kemudahan akses terhadap pasar, transaksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha. Sementara itu, *self-efficacy* mencerminkan kontrol internal individu berupa keyakinan terhadap

kemampuan dirinya dalam menghadapi tantangan dan menjalankan kegiatan usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen, yaitu pendidikan kewirausahaan, *e-commerce*, dan *self-efficacy*, berperan dalam membentuk keputusan berwirausaha masyarakat kabupaten Jember. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan seseorang untuk berwirausaha bukan hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan merupakan hasil interaksi antara kemampuan individu, pemanfaatan teknologi digital, dan keyakinan terhadap kemampuan diri dalam menghadapi berbagai tantangan usaha.

1) Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Keputusan Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha, sehingga hipotesis pertama diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden tidak hanya mempertimbangkan peluang memperoleh pendapatan ketika memutuskan berwirausaha, tetapi juga dipengaruhi oleh pengetahuan, keterampilan, pengalaman belajar, dan pemahaman mengenai cara menjalankan usaha. Semakin baik pendidikan kewirausahaan yang dimiliki seseorang, semakin besar kemampuannya dalam mengidentifikasi peluang usaha, mengelola risiko, serta menyusun strategi bisnis sehingga keputusan untuk berwirausaha menjadi lebih mantap. Pengaruh tersebut dapat terjadi karena pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan pengetahuan mengenai konsep dan teori bisnis, tetapi juga membantu individu memahami proses memulai dan mengelola usaha. Pengetahuan mengenai ide bisnis, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, serta keterampilan dalam menyelesaikan permasalahan dapat mengurangi ketidakpastian yang dirasakan ketika seseorang ingin memulai usaha. Selain itu, pendidikan kewirausahaan dapat membentuk pola pikir yang lebih positif terhadap profesi wirausaha, meningkatkan motivasi untuk mandiri secara ekonomi, serta mendorong keberanian dalam mengembangkan ide dan inovasi.

Dalam konteks kabupaten Jember, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kualitas keputusan berwirausaha masyarakat. Kondisi tersebut relevan dengan karakteristik kabupaten Jember yang memiliki jumlah UMKM cukup besar, namun masih menghadapi berbagai tantangan seperti rendahnya kualitas sumber daya manusia dan kemampuan pengelolaan usaha. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan berperan dalam meningkatkan kompetensi masyarakat sehingga keputusan berwirausaha yang diambil tidak hanya didorong oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga didasarkan pada kesiapan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki.

Hasil ini sejalan dengan pendapat (Noerhartati, Jatiningrum dan Si, 2021) yang menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan merupakan proses pembelajaran yang dirancang untuk menanamkan pengetahuan, mengembangkan keterampilan, dan membentuk sikap kewirausahaan. Dan penelitian (Tambengi dan Mohehu, 2024) menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan melalui proses pembelajaran, pemberian inspirasi, dan penyediaan sumber daya dapat meningkatkan kesiapan individu untuk terjun ke dunia usaha.

Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), pendidikan kewirausahaan berperan terutama dalam membentuk sikap (attitude) individu terhadap kewirausahaan. Individu yang memiliki pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik mengenai kewirausahaan cenderung memiliki penilaian yang lebih positif terhadap kegiatan usaha. Pengetahuan tersebut membuat individu mampu melihat peluang, memperhitungkan risiko, dan memahami manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan berwirausaha. Kondisi tersebut kemudian memperkuat kecenderungan individu untuk mengambil keputusan berwirausaha.

2) Pengaruh *e-commerce* terhadap Keputusan Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha, sehingga hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan dan pemanfaatan *e-commerce* dapat meningkatkan kecenderungan individu untuk memilih berwirausaha. Pengaruh positif tersebut dapat terjadi karena *e-commerce* memberikan kemudahan bagi seseorang untuk memulai dan menjalankan usaha tanpa harus bergantung sepenuhnya pada sistem perdagangan konvensional. Melalui *e-commerce*, individu dapat memasarkan produk dengan jangkauan konsumen yang lebih luas, melakukan transaksi secara online, serta memberikan layanan kepada pelanggan tanpa harus memiliki toko fisik. Kondisi tersebut dapat menurunkan hambatan awal dalam memulai usaha, terutama dari sisi biaya operasional dan akses pasar.

Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), *e-commerce* dapat dikaitkan dengan aspek *perceived behavioral control*, yaitu persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Ketersediaan *e-commerce* memberikan sumber daya dan kesempatan yang mendukung individu untuk memulai usaha. Kemudahan akses, transaksi, permodalan yang relatif lebih rendah, keamanan transaksi, serta proses pelayanan yang cepat dapat membuat kegiatan berwirausaha dipersepsikan lebih mudah untuk dilakukan. Ketika individu merasa memiliki fasilitas dan kesempatan yang cukup untuk menjalankan usaha, kontrol perilaku yang dirasakan menjadi lebih kuat sehingga keputusan untuk berwirausaha semakin besar.

Hasil ini sejalan dengan pendapat (Kotler dan Armstrong, 2012) yang menjelaskan bahwa *e-commerce* merupakan jaringan online yang dapat digunakan dalam kegiatan bisnis dan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh informasi. Selain itu (Auliya dkk., 2025) menjelaskan bahwa kemudahan akses, kebutuhan modal yang relatif rendah, kenyamanan perdagangan, dan perluasan jangkauan pasar menjadi faktor yang dapat mendorong keputusan seseorang untuk memulai bisnis. (Wildani dan Suwandi, 2022) juga menegaskan bahwa kemudahan akses, transaksi, permodalan, keamanan, dan kecepatan layanan merupakan aspek penting dalam keberhasilan penggunaan *E-commerce*.

Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* mampu memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memasarkan produk, memperluas jangkauan konsumen, melakukan transaksi secara lebih efisien, serta mengurangi keterbatasan lokasi usaha. Kemudahan tersebut menjadi salah satu faktor yang mendorong individu untuk lebih yakin mengambil keputusan berwirausaha. Kondisi ini sesuai dengan

perkembangan digitalisasi yang semakin pesat di kabupaten Jember. Pemanfaatan marketplace, media sosial, dan platform digital lainnya memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menjalankan usaha dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan model usaha konvensional. Kemudahan tersebut memungkinkan masyarakat yang sebelumnya memiliki keterbatasan modal, lokasi usaha, maupun akses pasar untuk tetap menjalankan kegiatan usaha secara lebih efisien sehingga keputusan berwirausaha menjadi lebih mudah diwujudkan.

3) Pengaruh *Self-efficacy* terhadap Keputusan Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha, sehingga hipotesis ketiga diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya, semakin besar kecenderungannya untuk mengambil keputusan berwirausaha. Pengaruh tersebut dapat terjadi karena kegiatan berwirausaha memiliki berbagai tantangan, seperti ketidakpastian pasar, persaingan, perubahan kebutuhan konsumen, risiko kegagalan, serta tuntutan untuk terus melakukan inovasi. Individu yang memiliki *self-efficacy* tinggi cenderung memiliki keyakinan bahwa dirinya mampu menghadapi kondisi tersebut. Keyakinan terhadap kemampuan untuk merespons peluang, menghasilkan ide, menciptakan produk, mengembangkan rencana, serta menggunakan keahlian yang dimiliki dapat meningkatkan keberanian individu dalam menentukan pilihan untuk berwirausaha. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keyakinan terhadap kemampuan diri menjadi modal psikologis yang penting bagi masyarakat dalam mengambil keputusan berwirausaha, terutama ketika harus menghadapi ketidakpastian usaha dan persaingan pasar.

Dalam Theory of Planned Behavior (TPB), *Self-efficacy* memiliki hubungan yang kuat dengan perceived behavioral control. Individu yang yakin terhadap kemampuan dirinya akan memiliki persepsi kontrol yang lebih tinggi terhadap perilaku yang akan dilakukan. Dalam konteks penelitian ini, seseorang yang percaya bahwa dirinya mampu mengelola usaha, menghadapi perubahan, merespons peluang, dan mengatasi hambatan akan merasa lebih mampu untuk menjalankan kegiatan kewirausahaan. Keyakinan tersebut dapat memperkuat intensi dan pada akhirnya mendorong keputusan untuk berwirausaha. Hal ini sejalan dengan (Bandura, 1997) yang menjelaskan bahwa *self-efficacy* berkaitan dengan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam menjalankan suatu tindakan dan mencapai hasil tertentu. Selain itu, (Fahmi dan Fauzan, 2024) menjelaskan bahwa individu dengan *self-efficacy* tinggi cenderung memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya dan lebih mampu menghadapi situasi yang dapat memengaruhi kehidupannya. (Taufiq dan Indrayeni, 2022) juga menjelaskan bahwa keyakinan terhadap kemampuan diri, kematangan mental dan ketahanan, serta kemampuan kepemimpinan dan manajerial merupakan faktor yang dapat membentuk keputusan seseorang untuk menjadi wirausaha.