

PENGARUH *E-COMMERCE* DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA *ONLINE* DALAM PERSPEKTIF ISLAM PADA PEDAGANG *ONLINE* DI KOTA MAKASSAR SULAWESI SELATAN

Niluh Anik Sapitri
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Parahikma Indonesia (IPI) Gowa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui pengaruh signifikan e-commerce terhadap minat berwirausaha online dalam perspektif Islam pada pedagang online di Kota Makassar (2) pengaruh signifikan pemanfaatan teknologi informasi terhadap minat berwirausaha online dalam perspektif Islam pada pedagang online di Kota Makassar (3) pengaruh signifikan e-commerce dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap minat berwirausaha online dalam perspektif Islam pada pedagang online di Kota Makassar.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan pendekatan kuantitatif metode penelitian berupa penelitian survey, dan instrumen penelitian menggunakan kuesioner. Data yang digunakan adalah data primer yang didapat dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 responden dengan teknik non-probability sampling berupa purposive sampling, pengolahan data dilakukan dengan SPSS 21 dengan teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha online dan pemanfaatan teknologi informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha online serta secara simultan e-commerce dan pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha online dalam perspektif Islam pada pedagang online di Kota Makassar

Kata kunci : *E-commerce*, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Minat Berwirausaha Online

ABSTRACT

This research aims to: (1) determine the significant effect of e-commerce on the interest in online entrepreneurship in an Islamic perspective on online merchants in Makassar City (2) the significant influence of the use of information technology on the interest in online entrepreneurship in an Islamic perspective on online merchants in Makassar City (2). 3) the significant influence of e-commerce and the use of information technology on the interest in online entrepreneurship in an Islamic perspective on online merchants in Makassar City.

This research uses descriptive quantitative research with a quantitative approach to research methods in the form of survey research, and research instruments using a questionnaire. The data used are primary data obtained by distributing questionnaires to 30 respondents with a non-probability sampling technique in the form of purposive sampling, data processing is carried out using SPSS 21 with multiple linear regression analysis techniques.

The results showed that e-commerce partially had a significant effect on the interest in online entrepreneurship and the use of information technology partially had a significant effect on the interest in online entrepreneurship and simultaneously e-commerce and the use of

information technology had an effect on the interest in online entrepreneurship in the Islamic perspective of online merchants in the city. Makassar

Keywords: *E-commerce, Utilization of Information Technology and Online Entrepreneurial Interest*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki penduduk dengan jumlah terbanyak ke empat di dunia berdasarkan proyeksi resmi tahun 2019 pada badan pusat statistik (BPS) jumlah penduduk Indonesia berkisar 268.074.600 jiwa pada tanggal 1 juli 2019. Banyaknya warga negara Indonesia berdasarkan pada pertumbuhan masyarakat yang cepat. Berdasarkan informasi tersebut pertumbuhan warga negara Indonesia kurang lebih 500.000 jiwa. Pulau Jawa merupakan salah satu daerah terpadat di dunia, dengan lebih dari 107 juta jiwa yang tinggal di daerah dengan luas sebesar Newyork. Besarnya jumlah penduduk akan memberikan manfaat bagi negara jika sumber daya manusia yang ada memiliki kualitas baik yang dapat memanfaatkan sumber daya alam yang melimpah dengan bijaksana, jika tidak maka yang terjadi hanya akan menimbulkan permasalahan yaitu seperti masalah pengangguran. Seiring dengan penambahan jumlah penduduk dan perubahan era pada industrialisasi menimbulkan masalah baru.

Masalah tersebut antara lain menipisnya lapangan pekerjaan dikarenakan jumlah penduduk yang meningkat namun tidak diimbangi dengan lapangan pekerjaan yang tidak memadai. Kondisi ini berakibat pada kemajuan negara Indonesia, misalnya berakibat baik ataupun buruk. *Enterpreneurship skill* agar dapat mengurangi nominal pengangguran dan kemiskinan. Indonesia menginginkan minimal 4 juta *entrepreneur* baru demi meningkatkan susunan ekonomi.

Melihat keadaan ini skala *entrepreneur* didalam negeri baru berkisar 3,01% masih jauh dari populasi penduduk sebesar 8,06 juta warga negara. Walaupun skala tersebut sudah melewati ketentuan internasional, ialah sejumlah 2%, Indonesia harus mempercepat peningkatan jumlah *entrepreneur* demi menyusul jangkauan negara tetangga. Misalnya, Singapura berhasil menduduki angka 7% dan Malaysia 5%. Untuk memajukan perekonomian nasional dan kesejahteraan rakyat (<https://www.wartaekonomi.co.id>).

Masalah tersebut, seharusnya sebagai pemuda *millenial*, kita harusnya bisa menjadi pengelola atau *agregator* dalam beberapa kondisi, tanpa terkecuali pada industri *e-commerce*. Inovasi di dunia industri, teknologi, dan budaya kian hari semakin pesat dan tidak bisa

dianalisis, lantaran *title* tidak menjamin kompetisi, ijazah tidak menjamin kepantasan diri berkarir dan bekerja.

Maka dari itu, kita harus memahami tentang *millennial era*, karena itu menjadi rintangan yang kemudian kita hadapi demi menciptakan masa depan yang lebih baik. Masyarakat setidaknya memiliki pemahaman tentang kewirausahaan sebelum berwirausaha, agar bisa mengembangkan usahanya dengan sebaik-baiknya. Kewirausahaan sendiri berarti sebuah usaha untuk mencapai proses yang dinamis demi menggapai kemakmuran dalam masyarakat. (Ambarita Sihombing, & Buaton, 2018).



Gambar 1. 1 Aktivitas e- commerce di Indonesia

Sumber: Hootsuite, we are social, datareportal.com

Data tersebut bisa menjadi informasi bahwa pada gambar 1.1, yakni sudah banyak penduduk Indonesia yang menelusuri barang dan jasa lewat internet (96%), mendatangi toko *online* (91%), membeli barang/jasa (90%). Penduduk Indonesia telah banyak memakai akses internet demi melaksanakan aktivitas *e-commerce*. Peluang bisnis *digital* ini seharusnya bisa digunakan oleh masyarakat terkhusus kepada lulusan mahasiswa yang berstatus pengangguran dengan memanfaatkan *e-commerce* untuk memulai usahanya. *E-commerce* dalam penggunaannya, memiliki berbagai kekurangan dan rintangan ketika transaksi menggunakan akses internet. Sebab dunia *online* adalah virtual dan tidak bertemu secara langsung, bisa dilihat bahwa *konsumen* mempunyai kedudukan yang lebih lemah dari pada produsen ketika transaksi, sehingga berdampak pada kurangnya tingkat kepercayaan bagi *konsumen*. Karena sebagai penduduk beragama Islam yang memiliki minat untuk berwirausaha di butuhkan keyakinan pada perintah dan larangan Allah SWT untuk memulai usaha hingga para *konsumen* percaya terhadap barang/jasa yang kita jual.

Kota Makassar khususnya, masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui tentang *e-commerce* dan bagaimana penggunaannya. Oleh karena *e-commerce* mempunyai teknologi yang canggih namun jika kita belum mempunyai *skill* yang mumpuni, tentu saja peluang bisnis menjadi tidak stabil ataupun mengalami peningkatan. Selain bidang teknologi dan komunikasi

yang baik, usaha *e-commerce* harus memperhatikan bentuk kegunaannya demi keperluan *konsumen*.

Kondisi ini mengharuskan kita bisa memiliki kreatifitas dan inovasi yang tinggi supaya bisa menyaingi pengusaha lainnya. Oleh sebab itu kita sebagai masyarakat *millenial* harus mampu memanfaatkan teknologi yang semakin hari semakin canggih ini untuk belajar baik secara pribadi ataupun melalui pelatihan–pelatihan secara virtual agar kita lebih mudah untuk memahami tentang *e-commerce*.

Penduduk Indonesia harus memperkuat jiwa kewirausahaan dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada supaya bisa membantu memajukan negara Indonesia. Apabila jiwa kewirausahaan itu tumbuh maka harus dilanjutkan dengan perilaku berwirausaha.

Perilaku berwirausaha adalah sebagai bentuk hubungan yang terjalin dalam sebuah negara yang mendahulukan aturan dan budaya yang berlaku, sehingga bentuk hubungan itu bisa terjalin dengan baik dalam bermasyarakat (Ranto, 2016).

Berdasarkan uraian diatas, maka penting dilakukan penelitian kebaruan dengan tujuan untuk mengetahui minat masyarakat berwirausaha *online*.

Bagaimana pengaruh *e-commerce* dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap minat berwirausaha *online* dalam perspektif islam pada pedagang *online* di kota makassar sulawesi selatan.

TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap minat berwirausaha *online* dalam perspektif islam pada pedagang *online* di kota makassar sulawesi selatan.

KAJIAN LITERATUR

Penelitian ini merujuk kepada Theory of Planned Behaviour. Inti dari Theory of Planned Behaviour adalah tetap berada pada faktor intensi perilaku namun determinan intensi tidak hanya dua (sikap terhadap perilaku yang bersangkutan dan norma-norma subjektif) melainkan tiga dengan melibatkan aspek control perilaku yang dihayati (*perceived behavior control*). Intensi merupakan sebuah langkah awal yang digunakan dalam memulai sebuah usaha. Pada segala sesuatu yang hendak di kerjakan oleh seseorang pedagang diawali dengan perilaku dan sikap yang baik (Ajzen dalam Azwar, 2018).

E-Commerce

Fahmi (2013) mengemukakan bahwa *E-bussinnes* atau *e-commerce* adalah bisnis yang menggunakan perangkat elektronik *via internet* untuk setiap transaksi bisnis yang dilakukan. Transaksi bisnis tersebut mencakup banyak hal dibidang yang bisa dikerjakan seperti transfer keuangan, pembelian dan penjualan barang, promosi, pertukaran data secara elektronik *Electronic Data Interchange (EDI)* pengiriman informasi kesepakatan kerjasama bisnis, dan lain sebagainya. *E-commerce* merupakan seluruh kegiatan bisnis yang menyangkut *konsumen (consumer)*, manufaktur (*manufacture*), *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediat*) dengan menggunakan jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet (Purwaningsih Dkk, 2018).

Kotler et al (2012) dalam Pamiswari dan Dharmadiaksa (2017) adalah penggunaan *website* untuk bertransaksi atau memfasilitasi penjualan produk atau jasa secara *online* dapat juga dijadikan alat untuk membeli sekaligus menjual produk/jasa melalui internet dengan menggunakan sistem komputer untuk meningkatkan efisiensi perusahaan secara keseluruhan. Biasanya terdiri dari perdagangan yang terjadi melalui pembeli mengunjungi *website* penjual dan transaksi *online*. *Electronic commerce* menggambarkan proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet (Susanto, 2000 dalam Pamiswari dan Dharmadiaksa, 2017).

E-commerce memiliki beberapa indikator sebagai berikut : (1) Perspektif Komunikasi: *e-commerce* merupakan pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana eletronik lainnya. (2) Perspektif Proses Bisnis: *e-commerce* merupakan aplikasi teknologi menuju otomisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan. (3) Perspektif Layanan: *e-commerce* merupakan salah satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen dalam memangkas *service cost* ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan. (4) Perspektif *Online: e-commerce* berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa *online* lainnya.

Pemanfaatan Teknologi Informasi

Teknologi informasi adalah Sarana yang mampu membantu sumber daya manusia dalam membuat, menyimpan, mengubah, mengomunikasikan dan menyebarkan informasi. (Sabihaini dalam Wahyuni, 2018). Dari uraian tersebut maka dapat di simpulkan bahwa Teknologi Informasi merupakan wadah dan alat yang digunakan oleh manusia dalam transaksi jual beli, promosi, dan berkomunikasi. Sehingga kebutuhannya dapat terpenuhi baik itu secara material maupun batin.

Sabihaini dalam Wahyuni, (2018). indikator pemanfaatan teknologi informasi adalah sebagai berikut :

1. Faktor sosial (Social Factors), merupakan salah satu faktor yang beranggapan bahwa ada orang lain yang mendukung dirinya untuk menggunakan teknologi informasi.
2. Perasaan (Affect), sebuah faktor yang berhubungan dengan perasaan yang dirasakan oleh individu atas pekerjaan yang dijalankan, apakah dalam menjalankannya merasa senang, tidak puas, suka cita, nyaman jika didukung dengan teknologi informasi.
3. Kesesuaian tugas (Job Fit), faktor yang menunjukkan sebuah hubungan antara pemanfaatan teknologi informasi dengan kebutuhan tugas yang diemban. Faktor ini berguna untuk mengukur apakah individu percaya bahwa pemanfaatan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja individu apabila peralatan teknologi informasi sesuai dengan yang dibutuhkan dengan tugasnya.
4. Konsekuensi jangka panjang, hasil yang diperoleh untuk manfaat di masa mendatang. Dapat diukur melalui output yang dihasilkan apakah mempunyai manfaat jangka panjang.
5. Kondisi yang memfasilitasi, faktor objektifitas yang ada di lingkungan kerja yang memudahkan dan membantu pemakai dalam melakukan pekerjaan

Minat Berwirausaha *Online*

Muhammad (2014) minat berwirausaha timbul disebabkan Karena adanya perasaan senang dan berminat untuk berwirausaha lebih bergairah dan tekun dalam mengikuti kegiatan praktik dan teori, sehingga timbul rasa ingin untuk menguasainya. Minat berwirausaha muncul sebab adanya rasa senang dan keinginan berwirausaha (Mustofa, 2014).

Faktor–faktor yang mendorong minat berwirausaha, Menurut Buchari (2011) yaitu:

1. Faktor personal, menyangkut aspek kepribadian ialah adanya ketidakpuasan terhadap pekerjaan seseorang, pemutusan hubungan kerja, dorongan karena faktor umur, Keberanian menanggung risiko dan Komitmen/minat tinggi pada bisnis.
2. Faktor environment, menyangkut hubungan dengan lingkungan fisik ialah Adanya persaingan dalam dunia kehidupan, sumber–sumber yang bisa dimanfaatkan seperti modal, tabungan, warisan, bangunan, dan lokasi strategis, kemudian mengikuti latihan khusus bisnis serta Kebijakan pemerintah, adanya kemudahan lokasi berusaha, fasilitas kredit dan bimbingan usaha.
3. Faktor sosiologi, menyangkut hubungan dengan keluarga dan sebagainya yakni Adanya hubungan atau relasi bagi orang lain, Adanya tim yang dapat diajak kerja sama dalam berusaha,

dorongan dari orang tua untuk membuka usaha dan bantuan family dalam berbagai kemudahan, serta Adanya pengalaman bisnis sebelumnya.

Seluruh wirausaha harus tulus di dalam melakukan perintah dan berbagai tugas mereka untuk memperoleh ridha dari Allah SWT. Sebagaimana diterangkan dalam AL-Qur'an surah Al - Qashash ayat 77 sebagai berikut:

وَأَبْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

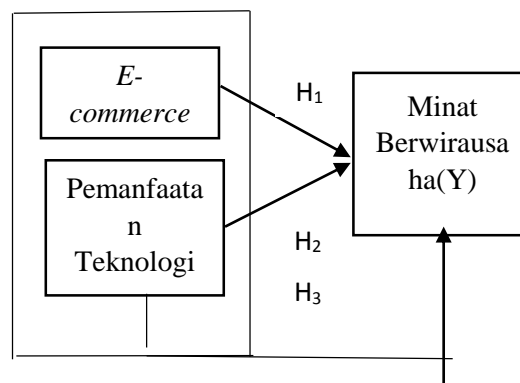
Terjemahnya:

“Dan carilah pada apa yang telah di anugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat dan janganlah kamu melupakan bahagiamu dari (kenikmatanmu) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan” (Al - Qashash: 77).

Islam menginginkan umatnya menjadi seorang *entrepreneur* yang handal dan sukses. Sudut pandang Islam, bisnis adalah sebuah sarana untuk beribadah kepada Allah SWT, untuk itu bisnis dan wirausaha tidak boleh terlepas dari syariat Islam.

Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual dalam penelitian ini untuk menjelaskan, mengungkapkan, menampilkan persepsi tentang keterkaitan variabel–variabel yang diteliti berdasarkan rumusan masalah dengan berpedoman pada kajian teori yang ada. Dalam penelitian ini yang diteliti adalah variabel *e-commerce*, pemanfaatan teknologi informasi dan minat berwirausaha *online* dalam perspektif Islam secara mendalam dan relevan dengan permasalahan tentang variabel tersebut. Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Konseptual Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2020 di Kota Makassar, dengan subjek penelitian adalah pedagang *online*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang *online*. Merujuk pada data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar, jumlah pengguna UMKM jumlahnya sebanyak 16.492 bergerak pada beragam sektor, namun UMKM yang memanfaatkan fasilitas digital/*online* masih sekitar 11%. Peneliti menggunakan purposive sampling dimana teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu maka, penentuan jumlah sampel akan merujuk kepada teori Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* dalam Sugiyono (2014, h.74), yaitu:

- a. Sampel yang layak diukur dalam penelitian berkisar antara 30 sampai dengan 500 sampel.
- b. Jika sampel dibagi berdasarkan kategori (pria-wanita, petani, pegawai negeri-swasta dan lainnya) maka jumlah sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Jika dalam penelitian akan melakukan uji korelasi atau regresi linear berganda maka jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

Sehingga merujuk kepada teori ketiga dimana penulis memiliki dua variabel independen dan satu variabel dependen yang kemudian sampelnya dikali 10 dengan setiap variabel maka jumlah sampel yang diteliti sebanyak 30 responden pedagang *online*. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh peneliti dari responden secara langsung, dalam hal ini adalah jawaban kuesioner yang diberikan kepada para pedagang *online*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode survei melalui pembagian kuesioner kepada responden. Proses penyebaran dan pengumpulan kuesioner dilakukan secara langsung di tempat yang menjadi obyek penelitian. Uji Kualitas data dilakukan untuk menguji kecukupan dan kelayakan data yang digunakan dalam penelitian. Uji Kualitas data dilakukan menggunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan persamaan regresi sederhana adalah terpenuhinya asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah dengan Uji Normalitas, Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yang dioperasikan melalui program SPSS 21. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu *e-commerce* (X1) dan pemanfaatan teknologi informasi (X2) terhadap variabel terikatnya yaitu minat berwirausaha (Y). Sedangkan untuk menguji hipotesis kausalitas menggunakan koefisien determinasi (R^2), Uji t (Uji Parsial) dan Uji F (Uji Simultan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas menggunakan SPSS mensyaratkan nilai Pearson Correlation harus lebih besar dari R tabel 0,3061. Jika nilai Pearson Correlationnya kurang dari 0,3061 maka poin instrumen tersebut dianggap gugur dan tidak dipakai (Sugiyono, 2015). Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai Pearson Correlation untuk masing-masing pertanyaan pada variabel minat berwirausaha di atas 0,3061 maka sesuai kriteria penerimaan uji validitas berarti poin instrumen untuk variabel yang digunakan dalam penelitian ini valid. Begitu pula dengan variabel e-commerce dan pemanfaatan media *online* untuk masing-masing pertanyaan pada variabelnya didapatkan nilai Pearson Correlation di atas 0,3061 maka sesuai kriteria penerimaan uji validitas yang berarti poin instrument untuk variabel yang digunakan dalam penelitian ini valid. Uji reliabilitas dihitung dengan program SPSS dengan melihat nilai Cronbach's Alpha. Kriteria yang digunakan adalah apabila didapatkan nilai Cronbach's Alpha diatas dari 0,60 maka data yang diteliti realibel (Sugiyono, 2015). Nilai Cronbach's Alpha pada variabel minat berwirausaha didapatkan nilai sebesar 0.633 sesuai kriteria penerimaan uji reliabilitas yang berarti instrumen dalam penelitian ini dapat diterima dan reliabel. Nilai Cronbach's Alpha pada variabel *e-commerce* sebesar 0.702 dan pemanfaatan teknologi informasi sebesar 0.724 lebih besar dari 0,60 sesuai kriteria penerimaan uji reliabilitas yang berarti instrumen dalam penelitian ini adalah baik dan reliabel.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedagang *online* di Makassar berjumlah 30 orang yang terdiri 21 orang perempuan dan 9 orang laki-laki. Ini menunjukkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh perempuan daripada laki-laki hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih aktif menggunakan sosial media baik dari segi konsumtif atau pun produktif bahkan melihat fenomena saat ini perempuan lebih bersemangat dalam melakukan wirausaha *online*. Responden pada penelitian ini mayoritas menggunakan whatsapp sebagai *platform* usaha karena mudah diakses oleh masyarakat di kota Makassar, sedangkan *platform* usaha minoritas penggunaanya adalah Blogspot dan Website. Berbagai macam produk diperjual belikan seperti Kuliner kecantikan/kesehatan, fashion, jasa, marketing property, export dan import. Berikut adalah presentase *platform* usaha yang digunakan responden:

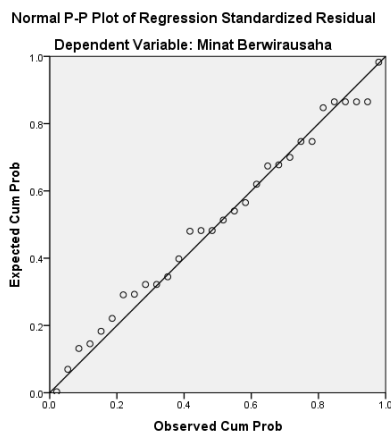
Tabel.1
Platform usaha pedagang online di Makassar

Platform Usaha	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Instagram	5	16,6
Facebook	6	20
Whatsapp	7	23,3
Buka Lapak	2	6,6
Shopee	3	10
Tokopedia	3	10
Website	1	3,3
Blogspot	1	3,3
Grab Food	2	6,6
TOTAL	30	100

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, uji normalitas pada data penelitian ini ditunjukkan dengan diagram “Normal Probability Plot”, dari diagram pada gambar 1 dapat terlihat bahwa titiktitik menyebar di sekitar garis lurus yang berarti grafik menunjukkan pola distribusi normal dan model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

Gambar.2
Hasil Uji Normalitas



Hasil uji multikolinearitas pada tabel 2 menunjukkan nilai toleransi dan VIF bahwa tidak ada satu variabel bebas yang memiliki nilai VIF > 10 dan tidak ada nilai toleransi variabel bebas yang memenuhi nilai toleransi yaitu < 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 2
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

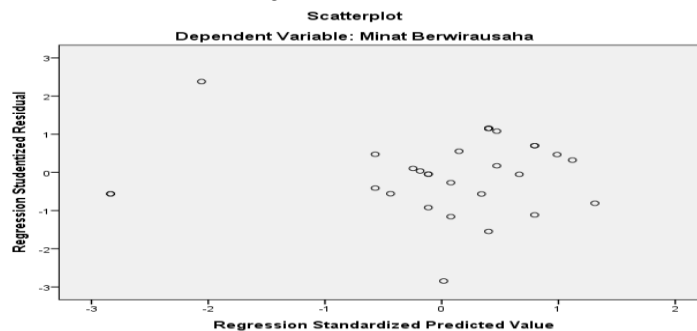
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 <i>E-commerce</i>	.968	1.033
Pemanfaatan Teknologi	.968	1.033

a. Dependent Variable: Minat berwirausaha

Uji heteroskedastisitas ini menguji ada atau tidaknya penyimpangan pada asumsi klasik heteroskedastisitas yang berarti perlunya ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi.

Berdasarkan gambar 2 scatterplots dapat dilihat jika titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 yang tidak membentuk bola bergelombang, melebar dan menyempit tetapi titik tersebut menyebar secara acak atau random sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas pada data yang telah diolah.

Gambar 3
Uji heteroskedastisitas



Pengujian Hipotesis Kausalitas dalam analisis regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: *E-commerce* (X1) dan pemanfaatan teknologi (X2) terhadap variabel terikatnya yaitu Minat Berwirausaha (Y). Data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS. Berdasarkan hasil analisis tersebut didapatkan data seperti yang terlihat dalam tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel Independen	Koefisien
<i>E-commerce</i>	0,418
Pemanfaatan Teknologi	0,588
Konstanta	22,287
R	0,570
R square	0,538
F hitung	17,896
Sig. F	0,000

Sumber: Data diolah, 2020

Model persamaan yang dapat dikembangkan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 22,287 + 0,418 X_1 + 0,588 X_2 + e$$

Nilai Konstanta sebesar 22,287 berarti tanpa adanya pengaruh dari variabel bebas, maka nilai variabel terikat nilainya hanya sebesar 22,287 satuan. Hal ini berarti bahwa apabila variabel bebas (*e-commerce* dan pemanfaatan teknologi) nilainya 0 (nol), maka nilai variabel terikat (minat berwirausaha *online*) sebesar 22,287. Nilai Koefisien regresi *e-commerce* (X_1) sebesar 0,418 yang dapat diartikan apabila variabel *e-commerce* meningkat sebesar 1 satuan maka minat berwirausaha *online* (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,418 dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan konstan. Koefisien regresi pemanfaatan teknologi (X_2) sebesar 0,588 yang dapat diartikan apabila pemanfaatan teknologi meningkat sebesar 1 satuan maka minat berwirausaha *online* (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,588 dengan asumsi variabel lainnya dalam keadaan konstan.

Tabel 4
Uji T (Parsial)

Variabel	Nilai t	Nilai Sig.
<i>E-commerce</i>	5,323	0,000
Pemanfaatan T	3,638	0,001

Sumber : Data diolah, 2020

Nilai thitung > ttabel yaitu 5,323 > 1,703 dan sig. 0,000 < 0,05 maka H1 diterima dan H0 ditolak dan nilai thitung > ttabel yaitu 3,638 > 1,703 dan sig. 0,001 < 0,05 maka H2 diterima dan H0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *e-*

commerce dan pemanfaatan teknologi terhadap minat berwirausaha *online* dalam perspektif Islam pada pedagang *online* di Kota Makassar.

Dilihat dari uji ANOVA atau F pada tabel 3 secara simultan didapatkan nilai Fhitung > Ftabel yaitu $17,896 > 2,96$ dan $\text{sig. } 0,000 < 0,05$ maka H3 diterima dan H0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama–sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Nilai *Adjusted R Square* adalah 0,538 artinya 53,8% variabel terikat minat berwirausaha *online* (Y) diterangkan oleh variabel bebas yang terdiri dari *e-commerce* dan pemanfaatan teknologi dan sisanya 0,462 sebesar 46,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif atas *E-commerce* dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap minat berwirausaha dalam perspektif Islam pada pedagang *online* di Kota Makassar. Jadi dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi pengetahuan tentang *E-commerce* dan pemanfaatan teknologi informasi di kalangan pedagang *online*, maka semakin tinggi pula minat pedagang di Kota Makassar untuk berwirausaha, demikian pula sebaliknya jika semakin rendah pengetahuan tentang *E-commerce* dan pemanfaatan teknologi informasi di kalangan pedagang *online* di Kota Makassar, maka semakin rendah pula minat berwirausahanya.

Saran

Dalam berwirausaha disarankan untuk lebih memperhatikan prinsip–prinsip jual beli *online* dalam perspektif Islam, lebih meningkatkan kualitas dalam berdagang, utamanya dengan memanfaatkan market place yang ada seperti *e-commerce*, ini sangat diperlukan karena tidak ada batasan teritorial dalam perdagangan, marketing yang luas dan sangat terjangkau, mudah diakses dan digunakan dalam berwirausaha. *E-commerce* ini sangat baik diterapkan dalam berwirausaha dibarengi dengan pengetahuan kewirausahaan yang memadai maka lebih memaksimalkan usaha yang dijalankan sekaligus menjadikan usaha tersebut menjadi lebih baik khususnya dibidang *online*.

DAFTAR PUSTAKA

AL – Qur'an. Surah Al- Qashash: 77.

Fahmi, I. (2013). *Kewirausahaan teori, kasus dan solusi*. Bandung: Alfabeta.

Kotler et al (2012). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017). Pengaruh e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha. 20 (1), 261-289. E-jurnal Akuntansi. <https://ojs.unud.ac.id>.
- Purwaningsih, E. dkk. (2018). *UMKM aspek hukum dan manajemen pemasaran produk*. Malang: Empatdua.
- Ranto, D. W. P. (2016). *Membangun Peilaku Entrepreneur pada Mahasiswa melalui Entrepreneurship Education*. JBMA, 3 (1), 79–86.
- Saputri, (2019). *Pengaruh lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan, ekspektasi pendapatan dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha*. (Skripsi). Google Scholar. (STKIP PGRI 21314208).
- Sihombing, A. & Buatun, R. (2018). Pengembangan kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal manajemen informatika dan komputerisasi akuntansi*, 2, (2), 43: Methomika. Doi: <http://journal.iaingorontalo.ac.id> 2620-4339.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni, T. (2018). *Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kemampuan Pengguna Sebagai Variabel Moderasi Pada Pd. Bpr Bank Jombang Kantor Pusat*.
<https://www.wartaekonomi.co.id/read204928/jumlahpengusahaindonesia-masih-tertinggal-dari-singapura.html>
<https://www.wartaekonomi.co.id/read216302/pertumbuhan-e-commerce-pesat-di-indonesia.html>.