
Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* Shopee, *Locus of Control*, dan Pelatihan Bisnis terhadap Kinerja Usaha pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta sebagai Pelaku Bisnis *Online* (Studi pada Mahasiswa di Program Mahasiswa Wirausaha UNS)

Novitasari¹, Harini, Leny Noviani¹

¹Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sebelas Maret

Email: na090598@student.uns.ac.id

Article Info

Abstract

Keyword:

*Utilization of
ecommerce Shopee,
locus of control,
business training,
business performance*

This study aims to analyze the effect of using e-commerce, locus of control, and business training on business performance in students of Sebelas Maret University as online business people. Business people online were 142 students. The data analysis method used is descriptive quantitative, with primary and secondary data sources in the form of online questionnaires, interviews and documentation. Based on the results of the validity and reliability test shows that 29 of the 30 statements are said to be valid and reliable. The results of this study indicate that there is a positive and significant effect between the use of e-commerce, locus of control, and business training on business performance of UNS students as online simultaneously, with F_{count} of 88.720 and an R^2 value of 72.5%.

The results showed that there was a positive and significant effect between the use of e-commerce on business performance of UNS students as online partially, with a $t_{count} > t_{table}$ ($6.006 > 1.983$) and a probability value ($0.000 < 0.05$). Utilization variable e-commerce 35.94%. The results showed that there was a positive and significant influence between locus of control on business performance in UNS students as online partially, with $t_{count} > t_{table}$ ($2.999 > 1.983$) and probability value ($0.003 < 0.05$). Variable is locus of control 15.31%. The results show that there is a positive and significant effect between business training business peoples online partially, with a $t_{count} > t_{table}$ ($3.679 > 1.983$) and a probability value ($0.000 < 0.05$). Contribution value of business training variable by 21.19%.

PENDAHULUAN Latar Belakang Masalah

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) adalah realisasi pasar bebas di kawasan Asia Tenggara, di mana tujuannya yaitu menjaga kestabilan perekonomian dan menyelesaikan serta memberi solusi terkait masalah pada bidang ekonomi. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi bangsa Indonesia, untuk menjadikan kawasan ASEAN menjadi pasar tunggal yang lebih kompetitif dan dinamis. Peluang ini dapat dimanfaatkan oleh bangsa Indonesia salah satunya dengan meningkatkan kreativitas dan inisiatif yang dimiliki masyarakat. Kreativitas dan inisiatif dapat diterapkan pada dunia bisnis saat ini. Kontribusi yang sinergis dari banyak pihak seperti pelaku usaha dan pemerintah akan mendorong perekonomian Indonesia dalam menghadapi MEA salah satunya dengan meningkatkan kuantitas dalam hal jumlah wirausaha di Indonesia dan kualitas dalam mengembangkan usaha. Salah satu pihak yang memiliki peranan penting dalam perekonomian adalah wirausaha (*entrepreneur*). Wirausaha harus senantiasa meningkatkan keterampilan dan pengetahuan agar bisnis yang dijalankan dapat berdaya saing tinggi.

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis semakin meningkat dari waktu ke waktu, sehingga pelaku bisnis perlu menambahkan nilai tersendiri pada produk yang ditawarkan (Mohamad & Niode, 2020: 2). Hal ini dapat diupayakan dengan cara meningkatkan kualitas dari produk, pelayanan, pemanfaatan teknologi dan informasi ataupun kombinasi dari ketiga hal tersebut dibandingkan dengan pesaing yang lainnya. Perkembangan era globalisasi saat ini mempermudah masyarakat untuk mengakses internet, sehingga pemanfaatan internet di Indonesia juga semakin meningkat (Hakim & Nurkamid, 2017).



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020

Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet

Berdasarkan Gambar 1.1 diperoleh data terkait penetrasi pengguna internet tahun 2019-2020. Penetrasi pengguna internet ini didasarkan pada persentase pengguna internet terhadap populasi di wilayah tertentu, di mana dalam konteks ini merupakan pengguna internet terhadap populasi di Indonesia. Pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 171,17 juta dari 264,16 juta jiwa penduduk. Berbeda dengan tahun 2019-2020, di mana pengguna internet di Indonesia sebesar 196,71 juta dari 266,91 juta jiwa, di mana hal ini menunjukkan peningkatan sebesar 25,54 juta jiwa dari tahun sebelumnya. Selama kurun waktu tiga tahun ini menunjukkan bahwa pemanfaatan internet di Indonesia semakin meningkat. Pengguna internet di Indonesia didasarkan pada komposisi umur 20-29 tahun mendominasi pengguna internet terbesar, di mana salah satunya didominasi oleh mahasiswa.

Perkembangan teknologi digital ini salah satunya dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk mengerjakan tugas, menggunakan media sosial, *games*, dan digunakan sebagai sarana untuk

berbisnis. Teknologi digital menjadi bagian yang penting dan tak terpisahkan dari pengelolaan bisnis *online*. Bisnis *online* merupakan salah satu pilihan yang didapatkan serta dimanfaatkan peluangnya oleh mahasiswa dalam menggunakan internet. Bisnis *online* yang dilakukan oleh mahasiswa membutuhkan dukungan dari banyak pihak tidak hanya dari mahasiswa itu sendiri tetapi juga pihak lainnya seperti orang tua, lingkungan, dan perguruan tinggi.

Perguruan tinggi yang menjadi salah satu pendorong untuk mendukung adanya peningkatan baik secara kuantitas ataupun kualitas wirausaha dengan mendorong pengetahuan, keterampilan, serta rasa semangat para mahasiswa untuk memulai bisnis adalah Universitas Sebelas Maret (UNS). Salah satu program kewirausahaan yang dilakukan di UNS dalam mendukung peningkatan jumlah wirausaha yaitu Program Mahasiswa Wirausaha UNS. Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) adalah suatu program unggulan yang dilakukan oleh UNS dengan tujuan untuk memberikan bekal pada mahasiswa sebagai pelaku usaha dalam hal pengetahuan, keterampilan, sikap ataupun jiwa wirausaha dengan berbasis pada Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni (IPTEKS). Setiap tahunnya, banyak partisipasi dari mahasiswa UNS dalam mengikuti PMW. Berdasarkan data dari Pusat Pengembangan Kewirausahaan (PPKwu) LPPM UNS selama kurun waktu dua tahun ini yaitu pada angkatan 2018 dan 2019, partisipasi mahasiswa yang mendaftar PMW semakin meningkat.

Berdasarkan pra penelitian yang dilakukan dengan wawancara tanggal 08 Januari 2020 pada 10 mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online*, terdapat beberapa permasalahan antara lain mahasiswa kesulitan untuk menerapkan sistem bisnis *online* salah satunya yaitu *e-commerce*, karena dalam pemanfaatannya memerlukan strategi tertentu dan pelatihan untuk menjalankan sistem bisnis *online*, sehingga dapat memberikan keuntungan dan manfaat dalam perkembangan bisnis. Permasalahan lain yang muncul yaitu mahasiswa sering mengalami rasa tidak percaya diri, tidak fokus antara membagi waktu dalam menjalankan kuliah serta menjalankan bisnis, serta rasa khawatir dalam menjalankan bisnis. Permasalahan lain yang muncul dari mahasiswa sebagai pelaku bisnis yaitu tidak mengikuti pelatihan kewirausahaan secara optimal serta tidak dapat memanfaatkannya dengan baik. Hal ini terjadi karena adanya rasa cepat puas dengan bisnis *online* yang sudah dicapai tanpa memperhatikan perkembangan usaha di masa depan.

METODE PENELITIAN

Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang digunakan dengan tujuan untuk melihat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, di mana dalam penelitian ini pemanfaatan *e-commerce* oleh mahasiswa UNS sebagai pelaku bisnis *online* (X_1), *locus of control* (X_2), dan pelatihan bisnis (X_3) terhadap kinerja usaha (Y). Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan dalam penelitian ini. Mahasiswa UNS sebagai pelaku bisnis *online* sebanyak 142 mahasiswa yang terdaftar dalam Program Mahasiswa Wirausaha UNS merupakan populasi dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 105 mahasiswa pelaku usaha *online* PMW UNS. Jenis teknik *nonprobability sampling* yang digunakan adalah jenis *sampling purposive* yaitu teknik pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu antara lain: Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta yang merupakan pelaku bisnis *online* yang pernah memanfaatkan *platform e-commerce marketplace*, lama usaha minimal satu tahun, dan pelaku

usaha mengikuti Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) UNS. Uji coba angket instrumen dilakukan sebelum proses pengambilan data pada penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Hasil Penelitian

Proses pengambilan data pada penelitian ini, dilakukan dengan cara menyebar kuesioner melalui *zohoo form* pada mahasiswa UNS sebagai pelaku bisnis *online* yang terdaftar di PMW UNS. *Item* pernyataan pada kuesioner berjumlah 29 item yang terdiri dari 7 item pernyataan terkait pemanfaatan *e-commerce* (X_1), 7 item pernyataan terkait *locus of control* (X_2), 6 item pernyataan terkait pelatihan bisnis (X_3), dan 9 item pernyataan terkait kinerja usaha (Y). Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS *for windows* versi 21.

Responden penelitian ini adalah mahasiswa UNS sebagai pelaku bisnis *online* yang terdaftar di PMW UNS. Salah satu program yang diselenggarakan oleh PPKWu UNS adalah Program Mahasiswa Wirausaha dengan tujuan memberikan bekal pengetahuan, keterampilan, sikap, ataupun jiwa wirausaha dengan berbasis pada IPTEKS. Berikut ini merupakan hasil dari pengumpulan data pada penelitian yaitu:

Tabel 1.1 Karakteristik Responden Penelitian

<i>Descriptive Statistic</i>			
	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>
Angkatan PMW			
Tahun 2018	36	34.3	34.3
Tahun 2019	69	65.7	65.7
Fakultas			
FKIP	36	34,3	34,3
FSRD	27	25,7	25,7
D3 UNS	9	8,6	8,6
FISIP	3	2,9	2,9
FH	2	1,9	1,9
FEB	2	1,9	1,9
FK	1	1,0	1,0
FP	14	13,3	13,3
FIB	4	3,8	3,8
FMIPA	2	1,9	1,9
FT	5	4,8	4,8
Gender			
Laki-Laki	41	39,0	39,0
Perempuan	64	61,0	61,0
Bidang Usaha			
Kuliner	17	16,2	16,2
<i>Fashion</i>	33	31,4	31,4

<i>Skincare, dll</i>	8	7,6	7,6
Jasa	24	22,9	22,9
Buku	2	1,9	1,9
Kerajinan	20	19,0	19,0
<i>Sparepart Motor</i>	1	1,0	1,0

(Sumber: Data Primer Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan 36 mahasiswa PMW angkatan 2018 dan 69 mahasiswa PMW angkatan 2019 telah mengisi kuesioner secara *online* dan telah memenuhi kriteria persyaratan sampel penelitian. Anggota PMW UNS berasal dari berbagai fakultas, di mana didominasi oleh mahasiswa FKIP sebanyak 36 mahasiswa dan 27 mahasiswa FSRD. Responden bergender perempuan sejumlah 64 dan laki-laki 41 orang.

Mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online* menjalankan usaha yang bergerak di berbagai sektor usaha, diantaranya sektor kuliner, *fashion, skincare* dll, jasa, buku, kerajinan, dan *sparepart*. Persentase responden dari sektor usaha kuliner sebesar 16,2%. Sektor kuliner cukup beragam mulai dari makanan kemasan, makanan ringan, *frozen food*, hingga granola. Sektor usaha *fashion* sebesar 33 responden atau 31,4%, di mana terdiri dari usaha pakaian, hijab, tas lukis, tas anyaman, sepatu, *totebag*. Bidang usaha *skincare* dengan responden sebesar 8 orang atau 7,6% memiliki usaha penjualan masker, obat-obatan, produk perawatan kecantikan.

Bidang usaha jasa dengan responden sebesar 24 atau 22,9% memiliki usaha *design* undangan, gambar, foto, dll. Bidang usaha buku dengan responden sebesar 2 orang atau 1,9% memiliki usaha penjualan buku novel, buku catatan pribadi. Bidang usaha kerajinan dengan responden sebesar 20 orang atau 19% memiliki usaha *custom* bantal, *souvenir* dari daur ulang barang bekas, *souvenir* pernikahan, buket bunga, gelang kulit, *popupframe, dll*. Usaha *sparepart* motor ini dijalankan oleh 1 responden, di mana pelaku bisnis *online* ini menggunakan *platform Shopee* untuk memasarkan produknya.

Uji Prasyarat Analisis Data a. Uji Normalitas

Data penelitian dikatakan berdistribusi normal atau tidak salah satunya melalui teknik uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* dengan taraf signifikansi 0,05.

Tabel 1.2 Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.13182697
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.058

Test Statistic	.072
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

(Sumber: Data Primer Diolah)

Berdasarkan Tabel 1.2 diperoleh hasil bahwa *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 yang artinya $0,200 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan satu variabel dengan variabel yang lainnya dengan menggunakan *test of linearity pada ANOVA table*.

Tabel 1.3 Hasil Uji Linearitas Kinerja Usaha dan Pemanfaatan *E- Commerce*

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kinerja	Between	(Combined)	2567.068	23	111.612	7.923	.000
Usaha *	Groups						
Pemanfaatan		Linearity	2313.425	1	2313.425	164.213	.000
E-Commerce		Deviation from Linearity	253.643	22	11.529	.818	.695
Within Groups			1141.122	81	14.088		
Total			3708.190	104			

(Sumber: Data Primer Diolah)

Berdasarkan Tabel 1.3 diperoleh hasil bahwa nilai *Sig. Linearity* $< 0,05$ yakni sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai *Sig. Deviation from Linearity* $> 0,05$ yakni $0,695 > 0,05$. Hasil tersebut menyimpulkan terdapat hubungan yang linear antara variabel kinerja usaha (Y) dan pemanfaatan *e-commerce* (X_1).

Tabel 1.4 Hasil Uji Linearitas Kinerja Usaha dan *Locus of Control*

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

	Kinerja Usaha * Locus of Control	Between Groups	(Combined)	2241.971	21	106.761	6.044	.000
			Linearity	1798.757	1	1798.757	101.824	.000
			Deviation from Linearity	443.214				20
22.161	1.254	.234						
			Within Groups	1466.219	83	17.665		
			Total	3708.190	104			

(Sumber: Data Primer Diolah)

Berdasarkan Tabel 1.4 diperoleh hasil bahwa nilai *Sig. Linearity* < 0,05 yakni $0,00 < 0,05$ dan nilai *Sig. Deviation from Linearity* > 0,05 yakni $0,234 > 0,05$. Hasil tersebut menyimpulkan terdapat hubungan yang linear antara variabel kinerja usaha (Y) dan *locus of control* (X₂).

Tabel 1.5 Hasil Uji Linearitas Kinerja Usaha dan Pelatihan Bisnis

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kinerja Usaha * Pelatihan Bisnis	Between Groups	(Combined)	2248.524	19	118.343	6.891	.000
		Linearity	2036.080	1	2036.080	118.566	.000
		Deviation from Linearity	212.445	18	11.802	.687	
		Within Groups	1459.666	85	17.173		
		Total	3708.190	104			

(Sumber: Data Primer Diolah)

Berdasarkan Tabel 1.5 hasil uji linearitas di atas, diperoleh hasil bahwa nilai *Sig. Linearity* < 0,05 yakni $0,00 < 0,05$ dan nilai *Sig. Deviation from Linearity* > 0,05 yakni $0,814 > 0,05$. Hasil tersebut menyimpulkan terdapat hubungan yang linear antara variabel kinerja usaha (Y) dan pelatihan bisnis (X₃).

.814

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas pada penelitian ini digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan antar variabel bebas. Pengujian multikolinearitas dapat dilihat apabila nilai *Tolerance* > 0,01 atau *VIF (Varians Inflation Factors)* < 10 maka dapat diketahui tidak terjadinya korelasi antar variabel bebas. Tabel 1.6 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Std Coeffi	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	------------	---	------	-------------------------

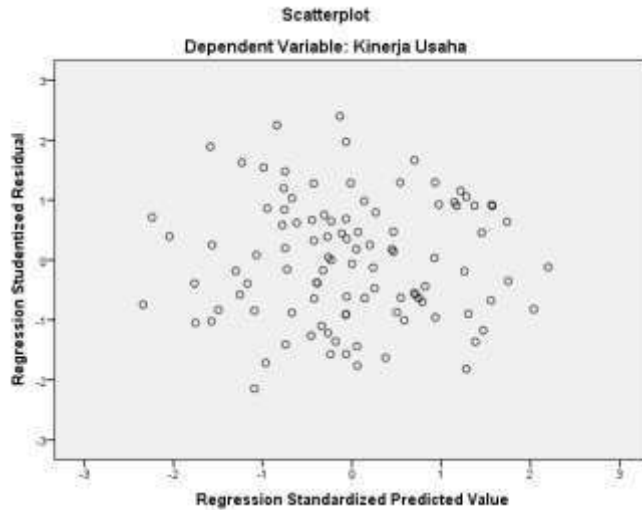
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Pemanfaatan <i>E-Commerce</i>	.470	.078	.455	6.006		.474	2.109
Locus of Control	.253	.084	.220	2.999	.003	.505	1.982
Pelatihan Bisnis	.350	.095	.286	3.679	.000	.451	2.217
a. Dependent Variable: Kinerja Usaha							
					.000		
1 (Constant)	9.558	1.607			.000		
	5.948						

(Sumber: Data Primer Diolah)

Berdasarkan Tabel 1.6 diperoleh hasil nilai *tolerance* pada variabel pemanfaatan *ecommerce* (X_1) adalah 0,474, variabel *locus of control* (X_2) adalah 0,505, dan variabel pelatihan bisnis (X_3) adalah 0,451, di mana nilai tersebut $> 0,10$. Tabel tersebut juga menunjukkan terdapat nilai VIF pada variabel pemanfaatan *e-commerce* (X_1) adalah 2,109, variabel *locus of control* (X_2) adalah 1,982, dan variabel pelatihan bisnis (X_3) adalah 2,217, di mana nilai tersebut < 10 , sehingga dapat ditarik kesimpulan tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Terdapat masalah heteroskedastisitas ketika ada pola tertentu dan teratur, tetapi apabila data menyebar maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.



Hasil Uji Hipotesis a. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> (X_1)			.455	6.006	
Locus Of Control (X_2)	.253	.084	.220	2.999	.003
Pelatihan Usaha (X_3)	.350	.095	.286	3.679	.000

(Sumber: Data Primer Diolah)

a. Dependent Variable: Kinerja usaha (Y)

1 (Constant)	9.558	1.607		5.948	.000
	.470	.078			.000

Berdasarkan Tabel 1.7 dapat diketahui nilai konstanta sebesar 9,558; nilai koefisien regresi variabel pemanfaatan *e-commerce* (X_1) sebesar 0,470; nilai koefisien regresi variabel *locus of control* (X_2) sebesar 0,253; dan nilai koefisien regresi variabel pelatihan bisnis (X_3) sebesar 0,350.

Berikut ini persamaan regresi yang diperoleh dari hasil analisis regresi linear berganda yaitu:

$$Y = 9,558 + 0,470 X_1 + 0,253 X_2 + 0,350 X_3$$

Hasil interpretasi dari persamaan regresi di atas antara lain:

- 1) Nilai konstanta sebesar 9,558 menunjukkan apabila variabel pemanfaatan *e-commerce* (X_1), *locus of control* (X_2), dan variabel pelatihan bisnis (X_3) secara matematika sama dengan nol (0), maka besarnya nilai variabel kinerja usaha (Y) yaitu sebesar 9,558.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel pemanfaatan *e-commerce* (X_1) sebesar 0,470 menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap kinerja usaha (Y). Terjadi peningkatan pada kinerja sebesar 0,470 ketika ada peningkatan satu satuan variabel pemanfaatan *e-commerce* dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel *locus of control* (X_2) sebesar 0,253 menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap kinerja usaha (Y). Terjadi peningkatan pada kinerja usaha sebesar 0,253 ketika ada peningkatan satu satuan variabel *locus of control* dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel pelatihan bisnis (X_3) sebesar 0,350 menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap kinerja usaha (Y). Terjadi peningkatan pada kinerja usaha sebesar 0,350 ketika ada peningkatan satu satuan variabel pelatihan bisnis dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.
- 5)

b. Uji F (Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama/Simultan)

Tabel 1.8 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2688.123	3	896.041	88.720	.000 ^b
Residual	1020.067	101	10.100		
Total	3708.190	104			

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

b. Predictors: (Constant), Pelatihan Bisnis, Locus of Control, Pemanfaatan *E-Commerce*

(Sumber: Data Primer Diolah)

Berdasarkan *output* pada Tabel 1.8, diperoleh F_{hitung} 88,720 dan nilai signifikansi 0,000. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pemanfaatan *e-commerce* (X_1), *locus of control* (X_2), dan pelatihan bisnis (X_3) secara bersama-sama terhadap kinerja usaha (Y) pada mahasiswa UNS sebagai pelaku bisnis *online*.

c. Uji t (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel pemanfaatan *e-commerce* (X_1), *locus of control* (X_2), dan pelatihan bisnis (X_3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel kinerja usaha (Y).

Tabel 1.9 Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> (X_1)			.455	6.006	
Locus Of Control (X_2)	.253	.084	.220	2.999	.003
Pelatihan Usaha (X_3)	.350	.095	.286	3.679	.000

(Sumber: Data Primer Diolah)

a. Dependent Variable: Kinerja usaha (Y)

1 (Constant)	9.558	1.607		5.948	.000
	.470	.078			.000

Hasil dari Uji t menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu X_1 (6,006 > 1,983), X_2 (2,999 > 1,983), X_3 (3,679 > 1,983) dengan nilai probabilitas sebesar X_1 (0,000 < 0,05), X_2 (0,003 < 0,05), X_3 (0,000 < 0,05). Kesimpulannya adalah dari setiap variabel memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha.

d. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

1) Koefisien Determinasi (*R Square*) Tabel 1.9

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.851 ^a	.725	.717	3.178

a. Predictors: (Constant), Pelatihan Bisnis, Locus of Control, Pemanfaatan *E-Commerce*

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha

2) (Sumber: Data Primer Diolah)

Berdasarkan Tabel 1.9 hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,725 atau 72,5%. Hal tersebut memiliki penjelasan bahwa 72,5% kinerja usaha dipengaruhi oleh pemanfaatan *ecommerce*, *locus of control*, dan pelatihan bisnis, sedangkan 27,5 sisanya sebesar dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, misalnya keuangan, pengelolaan sumber daya manusia, pemasaran, dll.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce*, *Locus of Control*, dan Pelatihan Bisnis terhadap Kinerja Usaha pada Mahasiswa UNS sebagai Pelaku Bisnis *Online* (Studi pada Mahasiswa di Program Mahasiswa Wirausaha UNS)

Pengujian SPSS yang didapatkan dalam penelitian menghasilkan persamaan garis yaitu $Y = 9,558 + 0,470 X_1 + 0,253 X_2 + 0,350 X_3$, di mana hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel pemanfaatan *e-commerce* (X_1) sebesar 0,470, *locus of control* (X_2) sebesar 0,253, dan pelatihan bisnis (X_3) sebesar 0,350. Berdasarkan persamaan garis tersebut maka diketahui koefisien bernilai positif yang menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce*, *locus of control*, dan pelatihan bisnis memiliki pengaruh yang positif. Ketika semakin tinggi tingkat pemanfaatan *e-commerce*, *locus of control*, dan pelatihan bisnis, maka akan semakin tinggi kinerja usaha, dan sebaliknya ketika pemanfaatan *e-commerce*, *locus of control*, dan pelatihan bisnis semakin rendah maka semakin rendah pula kinerja usahanya.

Uji F pada pengujian hipotesis pertama menghasilkan nilai F_{hitung} yaitu sebesar 88,720 dan nilai probabilitas 0,000 serta F_{tabel} pada signifikansi 0,05 dengan df (105-3-1) sebesar 2,69. Ketika dibandingkan maka hasilnya yang diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($88,720 > 2,69$) dan nilai probabilitas $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara variabel pemanfaatan *e-commerce* (X_1), *locus of control* (X_2), dan pelatihan bisnis (X_3) terhadap kinerja usaha (Y) pada mahasiswa UNS sebagai pelaku bisnis *online*.

Besar sumbangan pengaruh belum mencapai 100% sehingga sisanya ($100\% - 72,5\% = 27,5\%$) dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Variabel lain yang dapat memengaruhi kinerja usaha (Witanti dkk, 2017: 43) antara lain dari segi internal (perspektif keuangan, perspektif proses bisnis) dan dari segi eksternal (pesaing baru dari bidang yang sama, perspektif konsumen ataupun pelanggan). Menurut Rokhayati (2015: 96) beberapa faktor yang memengaruhi kinerja usaha yaitu dari faktor internal (keahlian pemilik usaha, pembiayaan, kredit, inovasi produk) dan faktor eksternal (pesaing).

Kinerja usaha biasanya diukur dari segi finansial dan non finansial. Penelitian ini mengukur kinerja usaha dari segi non finansial. Penelitian ini mengambil pengukuran kinerja dari segi non finansial karena fokus akhir dari mahasiswa sebagai pelaku bisnis itu berbedabeda. Mahasiswa biasanya merintis usaha dari awal itu untuk mendapatkan pangsa pasar yang luas terlebih dahulu setelah itu baru dari segi kepuasan pelanggan. Mayoritas mahasiswa pada tahap awal menjalankan bisnis belum fokus pada pengukuran kinerja dari segi finansial, misalnya dari peningkatan profit. Pengukuran kinerja usaha dari segi non finansial dapat dilihat dari peningkatan penjualan, pangsa pasar yang meningkat, jumlah pelanggan yang meningkat, serta kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian diperoleh bahwa pernyataan yang paling dominan dan tidak dominan pada variabel kinerja bisnis ini terletak pada item nomer 3 dan 5 dengan rata-rata sebesar 3,92 serta item nomer 9 sebesar 3,70. Hal ini menunjukkan bahwa pada item pernyataan nomer 3 yaitu pelaku bisnis *online* mengalami peningkatan pangsa pasar dari adanya pemanfaatan *ecommerce Shopee*, pengelolaan rasa keyakinan yang ada pada dirinya untuk menjalankan bisnis (*locus of control*), serta mampu memanfaatkan pelatihan yang ada baik yang diselenggarakan oleh pihak PPKWu atau dari pihak lain.

Hal ini juga dapat dibuktikan dari item pernyataan nomer 5 yaitu adanya kualitas produk yang dijual oleh mahasiswa ini meningkat karena pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang, pengambilan keputusan yang didasarkan pada keyakinan dan kerja keras, serta pelatihan yang dijalankan oleh pelaku bisnis *online* itu memberikan nilai tersendiri untuk pelanggan. Pelaku bisnis *online* dan konsumen merasa aman dalam menggunakan *e-commerce Shopee* untuk melakukan proses jual beli karena terdapat garansi pada produk serta terdapat pelayanan dalam *complain* yang ditunjukkan pada item pernyataan nomer 9 dengan nilai rata-rata 3,70, di mana hal ini memberikan wadah bagi pelaku bisnis *online* untuk bisa mengevaluasi kinerja usahanya. Pelaku bisnis merasa pemanfaatan *ecommerce* ini bisa menjadi keuntungan tersendiri dalam hal komunikasi yang baik karena pelaku bisnis dapat mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen atau pelanggan yang ditunjukkan dari item pernyataan nomer 6 dengan nilai rata-rata 3,72.

Berdasarkan penelitian ini pemanfaatan *platform digital Shopee* mampu meningkatkan kinerja usaha, karena mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online* dapat memasarkan produk di *platform digital* secara luas, sehingga pelanggan dari bisnis *online* yang dijalani mengalami peningkatan. Hal ini ditunjukkan dari item pernyataan nomer 2 dengan nilai rata-rata 3,73. Pemanfaatan *e-commerce* pada bisnis *online* akan menambah nilai tersendiri bagi usaha dibenak para konsumen atau pelanggan, karena pelanggan dapat dengan mudah mengakses produk sehingga kepuasan pelanggan dapat terwujud, dimana hal ini ditunjukkan pada item pernyataan nomer 4 dengan nilai rata-rata 3,90.

Platform digital Shopee ini memberikan keuntungan tersendiri bagi konsumen yang ditunjukkan pada item pernyataan nomer 7 dengan nilai rata-rata 3,69 yaitu adanya pelayanan yang cepat dan kinerja dari pelaku bisnis dalam hal ini dapat dilihat dari performa chat yang ada di profil usaha pada *platform*, sehingga para pelaku bisnis senantiasa berusaha untuk membalas secara cepat pesan dari konsumen. Mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online* juga memperhatikan efisiensi proses, konsistensi, serta ketetapan waktu dalam hal pengiriman barang kepada konsumen, karena proses pengiriman ini bisa diakses secara mudah oleh konsumen. Hal tersebut ditunjukkan dari item pernyataan nomer 8 dengan nilai rata-rata 3,71.

Saat merintis usaha biasanya mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online* mengalami kendala dalam hal pengelolaan bisnis, karena mahasiswa perlu mengerti dan memanfaatkan manajemen waktu yang ada untuk membagi waktu antara tugas kuliah, organisasi, pekerjaan yang lainnya dan waktu untuk mengelola bisnis. Mahasiswa dapat mencari *partner* yang dapat mendukung aktivitasnya ataupun mencari karyawan dalam menjalankan bisnis tersebut.

Pelatihan usaha yang diikuti oleh mahasiswa baik dari Program Mahasiswa Wirausaha atau dari pihak lainnya dapat dimanfaatkan dan dijadikan sarana untuk mengembangkan bisnisnya kearah yang lebih baik. Materi-materi yang didapatkan dalam pelatihan bisa merangsang pola pikir kritis mahasiswa untuk melaksanakan strategi bisnis sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha. Pelatihan usaha memberikan kontribusi untuk meningkatkan

motivasi agar memiliki kinerja yang memuaskan, dapat mengaplikasikan teknologi yang ada secara efektif dan efisien, serta bisa memecahkan permasalahan yang sifatnya operasional.

Keterlibatan ketiga variabel ini dapat meningkatkan kinerja usaha dari segi non finansial, karena terdapat peningkatan penjualan produk yang didasarkan pada cara yang digunakan pelaku bisnis untuk memperlancar proses penjualannya dengan memanfaatkan *e-commerce*, pengelolaan *locus of control* yang baik, serta mampu memanfaatkan pelatihan bisnis untuk diterapkan pada kerberjalanan bisnisnya. Hal tersebut ditunjukkan dari item pernyataan nomer 1 dengan nilai rata-rata 3,89. Adanya hubungan yang terjalin baik antara pelaku bisnis *online* dengan konsumen merupakan keberhasilan dari adanya pelatihan bisnis dalam hal pengelolaan bisnis secara efektif dan efisien.

Pengukuran kinerja ini harus dilakukan secara kontinu agar pelaku bisnis dapat mengetahui progress usahanya serta dapat menyelesaikan permasalahan yang terjadi dalam menjalankan bisnis. Pengukuran kinerja ini dapat dijadikan sarana untuk mengevaluasi serta membandingkan kinerja yang sudah direncanakan oleh pelaku bisnis.

Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* terhadap Kinerja Usaha pada Mahasiswa UNS sebagai Pelaku Bisnis *Online* (Studi pada Mahasiswa di Program Mahasiswa Wirausaha UNS)

Pengujian SPSS yang didapatkan dalam penelitian menghasilkan garis yaitu $Y = 9,558 + 0,470 X_1 + 0,253 X_2 + 0,350 X_3$, di mana hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel pemanfaatan *e-commerce* (X_1) sebesar 0,470. Berdasarkan persamaan garis tersebut maka diketahui koefisien bernilai positif yang menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* memiliki pengaruh yang positif. Ketika semakin tinggi pemanfaatan *e-commerce*, maka akan semakin tinggi kinerja usaha, dan sebaliknya. Semakin rendah tingkat pemanfaatan *ecommerce* maka akan seakin rendah pula kinerja usahanya.

Hasil uji t pada analisis data menunjukkan bahwa t_{hitung} yang diperoleh dari variabel penelitian pemanfaatan *e-commerce* sebesar 6,006 dengan nilai probabilitas 0,000 dan t_{tabel} pada signifikansi 0,05 dengan df (105-3-1) sebesar 1,983. Apabila dibandingkan hasilnya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,006 > 1,983$) dan nilai probabilitas $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut berarti bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara variabel pemanfaatan *e-commerce* (X_1) terhadap kinerja usaha (Y).

Berdasarkan analisis statistik tersebut, dapat diketahui bahwa pemanfaatan *e-commerce* secara efektif dan efisien pada pengelolaan bisnis dapat meningkatkan kinerja usaha. Pemanfaatan *e-commerce* yaitu dengan menggunakan *platform digital Shopee* merupakan *platform* yang dipilih oleh mahasiswa untuk menawarkan produk pada target pasar, sehingga informasi terkait produk ataupun cara pembelian dapat didapatkan secara jelas oleh konsumen.

Pelaku bisnis *online* memilih *marketplace Shopee* untuk menjual produknya salah satunya karena *Shopee* memberikan apresiasi pada penjual dengan pelayanan yang aktif dan responsive (*star seller*), selain itu *marketplace* ini bisa memberikan pengetahuan yang detail bagaimana penjual bisa meningkatkan reputasi dengan berinvestasi (Saputra & Fadhilah, 2021: 5855).

Indikator yang digunakan dalam mengukur pemanfaatan *e-commerce* ini dari segi manfaat (*perceived usefulness*) dan dari segi kemudahan pengguna (*perceived easy of use*). Persepsi kemanfaatan ini merupakan tingkat keyakinan mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online*

untuk memanfaatkan *platform digital Shopee* yang diyakini dapat meningkatkan kualitas kerjanya. Persepsi kemudahan ini merupakan keyakinan dari mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online* untuk menggunakan *platform digital Shopee*, di mana pemanfaatan ini memberikan kemudahan bagi pengguna serta dapat meminimalkan biaya untuk pemasaran produk. Penelitian ini tidak mengukur pemanfaatan *e-commerce* dari segi sistem karena dalam hal ini pelaku bisnis *online* menggunakan *platformnya* saja.

Hasil pada penelitian diperoleh bahwa dari tujuh pernyataan yang paling dominan terletak pada item nomer 4 dengan rata-rata 3,49 dan pernyataan tidak dominan pada item nomer 5 dengan rata-rata 3,32. Mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online* meyakini penggunaan aplikasi *Shopee* ini bisa mempermudah pelaku bisnis mengetahui informasi seputar konsumen serta mempermudah pelaku bisnis melakukan komunikasi dengan konsumen yang ditunjukkan dari item pernyataan nomer 4. Keberagaman produk, banyaknya konsumen menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku bisnis *online* untuk bisa mengetahui keinginan konsumen.

Pelaku bisnis merasa cepat memahami cara menggunakan *e-commerce* sehingga, *platform Shopee* ini menjadi salah satu pemanfaatan *e-commerce* yang dipilih pelaku bisnis *online* untuk mendukung aktivitas bisnis. Hal tersebut ditunjukkan dari item pernyataan nomer 1 dengan nilai rata-rata 3,43. Pelaku bisnis juga cepat memahami cara menggunakan *platform e-commerce* yang ditunjukkan dari item pernyataan nomer 7 dengan nilai rata-rata 3,34.

Pemanfaatan *e-commerce* dinilai efektif bagi pemasaran produk pada item pernyataan nomer 3 dengan nilai rata-rata 3,48 yaitu dibuktikan dengan meningkatnya kinerja usaha apabila dibandingkan dengan pemasaran produknya secara *offline*. Pelaku bisnis *online* merasa *platform e-commerce Shopee* mudah digunakan yang ditunjukkan dari item pernyataan nomer 6 dengan nilai rata-rata 3,42, tetapi pelaku bisnis harus senantiasa *up to date* terhadap *platform* ini agar strategi baru bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja usahanya.

Strategi yang bisa dilakukan oleh pelaku bisnis *online* yang memanfaatkan *marketplace Shopee* ini antara lain pelaku bisnis bisa menyediakan informasi yang akurat serta informatif agar konsumen merasa yakin untuk membeli produk, selain itu penjual juga dapat mendaftarkan toko sebagai *star seller*, adanya *review* positif dari pembeli, pelayanan yang responsive, promo, ataupun dengan menyediakan berbagai macam pembayaran sehingga bisa meningkatkan reputasi toko (Saputra & Fadhillah, 2021: 5862).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara pemanfaatan *e-commerce* terhadap kinerja usaha. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai kontribusi dari variabel pemanfaatan *e-commerce* sebesar 35,94%. Melihat angka tersebut mengindikasikan bahwa sumbangan pengaruh yang diberikan pada pemanfaatan *e-commerce* ini terhadap kinerja usaha pada mahasiswa UNS sebagai pelaku bisnis *online* tergolong tinggi.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian dari Oktavianus & Matua (2013: 8) mengenai “Analisis Dampak Penggunaan *E-Commerce* pada Aspek Pemasaran dan Operasi Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia,” di mana penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek operasi dan aspek pemasaran memberikan pengaruh yang signifikan pada kinerja UMKM melalui pemanfaatan *e-commerce*. Kegiatan operasional UMKM yang ada di JABODETABEK ini seperti pemrosesan produk, pemenuhan pesanan dari konsumen sampai penyediaan produk dari pemasok dengan menggunakan adopsi *e-commerce* ini memberikan manfaat untuk kinerja usaha. Adopsi teknologi *e-commerce* dalam hal pemasaran ini digunakan

oleh UMKM untuk mengiklankan produk secara *online* dan mengenalkan merk dari usaha yang dijalani.

Hasil penelitian tersebut juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2020: 93) mengenai “Pengaruh Sistem Informasi dan Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Kinerja UKM di Kota Makassar,” di mana pemanfaatan *e-commerce* baik menggunakan *website* ataupun *marketplace* (Shopee dan Tokopedia) memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis untuk meningkatkan kinerja usahanya.

Pengaruh *Locus of Control* terhadap Kinerja Usaha pada Mahasiswa UNS sebagai Pelaku Bisnis *Online* (Studi pada Mahasiswa di Program Mahasiswa Wirausaha UNS)

Pengujian SPSS yang didapatkan dalam penelitian menghasilkan persamaan garis yaitu $Y = 9,558 + 0,470 X_1 + 0,253 X_2 + 0,350 X_3$, di mana hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel *locus of control* (X_2) sebesar 0,253. Berdasarkan persamaan garis tersebut maka diketahui koefisien bernilai positif yang menunjukkan bahwa *locus of control* (X_2) memiliki pengaruh yang positif. Ketika semakin baik pengelolaan *locus of control* (X_2), maka akan semakin baik kinerja usaha, dan sebaliknya. Semakin rendah pengelolaan *locus of control* (X_2) maka akan semakin rendah pula kinerja usahanya.

Hasil uji t pada analisis data menunjukkan bahwa t_{hitung} yang diperoleh dari variabel penelitian *locus of control* sebesar 2,999 dengan nilai probabilitas 0,003 dan t_{tabel} pada signifikansi 0,05 dengan df (105-3-1) sebesar 1,983. Apabila dibandingkan hasilnya $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,999 > 1,983) dan nilai probabilitas < 0,05 (0,003 < 0,05), sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut berarti bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara variabel *locus of control* (X_2) terhadap kinerja usaha (Y).

Berdasarkan analisis statistik tersebut, dapat diketahui bahwa pengelolaan *locus of control* yang baik pada pengelolaan bisnis dapat meningkatkan kinerja usaha. *Locus of control* dalam hal ini merupakan keyakinan dan persepsi yang dimiliki oleh pelaku bisnis terkait dengan usahanya, di mana keyakinan tersebut ditentukan oleh kemampuan dan usahanya sendiri secara mandiri ataupun dari faktor eksternal. Pelaku bisnis meyakini bahwa diperlukan pengendalian diri untuk bisa mempertahankan bisnisnya hal ini ditunjukkan dengan adanya kerja keras, kemampuan dalam menyelesaikan masalah, memiliki sikap inisiatif, kreatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online* lebih cenderung ke *locus of control* internal. Hasil pada penelitian diperoleh bahwa dari tujuh pernyataan yang paling dominan terletak pada item nomer 3 dengan rata-rata 3,63 dan pernyataan tidak dominan pada item nomer 5 dengan rata-rata 3,48. Mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online* meyakini ketika pelaku bisnis membuat *list* terkait target apa yang akan dicapai dalam bisnis maka hal itu akan memengaruhi kinerja bisnisnya, karena motivasi di dalam dirinya akan muncul untuk mewujudkan target-target yang telah dirancang. Pelaku bisnis *online* yang sekaligus menjadi mahasiswa memberikan tantangan tersendiri dalam hal manajemen waktu, campur tangan orang lain juga memengaruhi kinerja usahanya. Mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online* bisa mencari partner yang cocok ataupun karyawan untuk membantu mengelola bisnis.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kemampuan dari pelaku bisnis ini memengaruhi keberhasilan bisnisnya yang ditunjukkan dari item pernyataan nomer 1 dengan nilai rata-rata 3,61. Kinerja usaha yang baik tersebut juga terjadi karena pelaku bisnis *online* senantiasa bertanggung jawab dengan apa yang dijalani dan tantangan yang dihadapi dalam

mengembangkan bisnis. Hal tersebut ditunjukkan dari item pernyataan nomer 2 dengan nilai rata-rata yaitu 3,59.

Pernyataan pada item nomer 4 dengan nilai rata-rata 3,58 menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai pelaku bisnis juga selalu memotivasi dirinya untuk menjalankan bisnis *online*, karena hal ini menjadi nilai tambah bagi dirinya untuk selalu mengembangkan bisnisnya ke arah yang lebih baik serta motivasi ini bisa meminimalisir rasa khawatir terhadap kelangsungan bisnis kedepannya.

Pengukuran *locus of control* dari segi eksternal pada penelitian ini belum menggunakan indikator nasib ataupun keberuntungan, hal ini karena pada uji validitas pada angket uji coba menunjukkan bahwa indikator tersebut dikatakan tidak valid. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk *locus of control* internal yaitu adanya pengaruh dari bantuan orang lain. Hubungan *locus of control* dengan nasib ataupun keberuntungan dalam hal ini adalah bernilai *reverse*. Ketika seseorang condong ke arah *locus of control external* maka orang tersebut percaya pada nasib, berbeda dengan penelitian ini mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online* lebih condong ke arah *locus of control internal* yang mengartikan bahwa pelaku bisnis tersebut tidak percaya pada nasib ataupun keberuntungan terhadap keberlangsungan bisnisnya.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *locus of control* terhadap kinerja usaha. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai kontribusi dari variabel *locus of control* sebesar 15,31%. Melihat angka tersebut mengindikasikan bahwa sumbangan pengaruh yang diberikan pada *locus of control* ini terhadap kinerja usaha pada mahasiswa UNS sebagai pelaku bisnis *online* tergolong tinggi.

Hasil penelitian di atas sejalan dengan penelitian tentang *locus of control* dan kinerja bisnis pernah dilakukan oleh Rum (2012: 380). Penelitian ini berjudul tentang *Locus of Control, Innovation, Performance of The Business People in The Small Business and Medium Industries in South Sulawesi*, di mana penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM). Penelitian ini menggunakan sampel 200 industri pemilik UKM di Sulawesi Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *locus of control* dapat merangsang dalam peningkatan inovasi dan meningkatkan kinerja UKM.

Hasil penelitian juga sejalan dengan penelitian Kusumadewi (2017: 921) mengenai “Pengaruh *Locus of Control* dan *Financial Literacy* terhadap Kinerja UKM pada Pelaku UKM Desa Kecamatan Cingambul Kabupaten Majalengka,” di mana *locus of control* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UKM Desa Rawa Majalengka. Pengelolaan yang baik dari *locus of control* dapat memengaruhi pelaku bisnis dalam mengambil keputusan terkait bisnisnya agar menunjang kinerja usahanya. Sebesar 25,4% menunjukkan kontribusi dari koefisien determinasi variabel *locus of control* terhadap UKM.

Pengaruh Pelatihan Bisnis terhadap Kinerja Usaha pada Mahasiswa UNS sebagai Pelaku Bisnis Online (Studi pada Mahasiswa di Program Mahasiswa Wirausaha UNS) Pengujian SPSS yang didapatkan dalam penelitian menghasilkan garis yaitu $Y = 9,558 + 0,470 X_1 + 0,253 X_2 + 0,350 X_3$, di mana hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel pelatihan bisnis (X_3) sebesar 0,350. Berdasarkan persamaan garis tersebut maka diketahui koefisien bernilai positif yang menunjukkan bahwa pelatihan bisnis (X_3) memiliki pengaruh yang positif. Ketika semakin tinggi pelatihan bisnis (X_3), maka akan semakin tinggi kinerja usaha, dan sebaliknya. Semakin rendah pelatihan bisnis (X_3) maka akan semakin rendah pula kinerja usahanya.

Hasil uji t pada analisis data menunjukkan bahwa t_{hitung} yang diperoleh dari variabel penelitian pelatihan bisnis sebesar 3,679 dengan nilai probabilitas 0,000 dan t_{tabel} pada signifikansi 0,05 dengan df (105-3-1) sebesar 1,983. Apabila dibandingkan hasilnya $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,679 > 1,983) dan nilai probabilitas < 0,05 (0,000 < 0,05), sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut berarti bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara variabel pelatihan bisnis (X_3) terhadap kinerja usaha (Y).

Berdasarkan analisis statistik tersebut, dapat diketahui bahwa pelatihan bisnis yang tinggi pada pengelolaan bisnis dapat meningkatkan kinerja usaha. Pelatihan bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pelaku bisnis untuk menambah bekal kemampuan, pengetahuan, serta keterampilan.

Hasil pada penelitian diperoleh bahwa dari enam pernyataan yang paling dominan terletak pada item nomer 5 dan 6 dengan rata-rata 3,44 dan pernyataan tidak dominan pada item nomer 3 dengan rata-rata 3,30. Hal ini dapat dilihat dari materi serta praktik yang diberikan dalam pelatihan *up to date* sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini. Metode pelatihan yang diberikan seperti diskusi, demonstrasi mampu membantu mahasiswa untuk memahami materi serta menerapkannya ke dalam pengelolaan bisnis. Dibutuhkan praktisi yang handal pada pelatihan ini seperti dari kalangan pengusaha, dosen, instansi ataupun pihak lainnya. Hal ini bertujuan agar pesan yang ingin disampaikan oleh mentor berhasil diterima dengan baik oleh mahasiswa.

Pelaku bisnis *online* dalam hal ini mahasiswa UNS yang mengikuti PMW senantiasa berpartisipasi secara aktif dalam menghadiri program pelatihan usaha yang bermanfaat untuk peningkatan kinerja usaha. Hal tersebut ditunjukkan dari item pernyataan nomer 1 dengan nilai rata-rata 3,33.

Pelatihan yang diselenggarakan oleh pihak PPKWu beragam mulai dari pelatihan periklanan digital serta penerapannya ke dalam pengembangan usaha, pembuatan proposal PKM, pelatihan dalam mengelola usaha, dll. Pelatihan yang diadakan oleh pihak PPKWu ini memberikan banyak manfaat untuk mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online* yang ditunjukkan dari item pernyataan nomer 2 dengan nilai rata-rata yaitu 3,35 yaitu pelaku bisnis mendapat tambahan pengetahuan serta pengalaman. Hal tersebut dapat terjadi karena mentor dalam pelatihan berhasil menyampaikan materi kepada peserta pelatihan yang ditunjukkan dari item pernyataan nomer 3 dengan nilai rata-rata 3,30. Materi pelatihan yang diberikan juga sesuai dengan kebutuhan peserta, sehingga dapat menunjang bertambahnya pengetahuan serta pengalaman dari pelaku bisnis *online* yang ditunjukkan dari item pernyataan nomer 4 dengan nilai rata-rata 3,44.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara pelatihan bisnis terhadap kinerja usaha. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai kontribusi dari variabel pelatihan bisnis sebesar 21,19%. Melihat angka tersebut mengindikasikan bahwa sumbangan pengaruh yang diberikan pada pelatihan bisnis ini terhadap kinerja usaha pada mahasiswa UNS sebagai pelaku bisnis *online* tergolong tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian tentang pelatihan usaha pernah dilakukan oleh Alhempy & Harianto (2013: 34) mengenai “Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan terhadap Pengembangan Usaha Kecil pada Program Kemitraan Bina Lingkungan.” Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 73 orang dari 277 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pembinaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan usaha kecil.

Hasil penelitian juga sejalan dengan penelitian (Wattiheluw, 2019: 52) mengenai “Pengaruh Pemberdayaan dan Pelatihan Terhadap Kinerja Pelaku UMKM Binaan Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Maluku,” di mana pelatihan memberikan pengaruh positif terhadap pengembangan usaha, di mana pelatihan merupakan program pemberdayaan UMKM untuk menciptakan kinerja kearah yang lebih baik.

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN *Simpulan*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan analisis statistik, penulis menyimpulkan: (1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pemanfaatan *e-commerce*, *locus of control*, dan pelatihan bisnis secara bersama-sama pada mahasiswa UNS sebagai pelaku bisnis *online* terhadap kinerja usaha angkatan 2018 dan 2019 (2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pemanfaatan *e-commerce* pada mahasiswa UNS sebagai pelaku bisnis *online* terhadap kinerja usaha angkatan 2018 dan 2019 (3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *locus of control* pada mahasiswa UNS sebagai pelaku bisnis *online* terhadap kinerja usaha Angkatan 2018 dan 2019 (4) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelatihan bisnis pada mahasiswa UNS sebagai pelaku bisnis *online* terhadap kinerja usaha angkatan 2018 dan 2019.

Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan, antara lain yaitu: Perlu dilakukan uji analisis jalur (*path analysis*) pada penelitian selanjutnya, hal ini dilakukan agar mengetahui perbedaan posisi dari tiap variabel. Uji analisis ini merupakan pengembangan dari regresi berganda dengan tujuan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel guna mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel bebas melalui variabel *intervening* terhadap variabel terikat serta dapat memperhatikan posisi dari tiap variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian selanjutnya perlu dilakukan dengan jumlah data yang lebih luas dengan melibatkan mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online* yang memanfaatkan media sosial, *website*, atau *marketplace* sehingga mampu melengkapi hasil dari penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan penelitian, beberapa saran dari peneliti yang diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online* perlu menyesuaikan perkembangan teknologi untuk kemudian diterapkan dalam bisnis yang sedang dijalankan, salah satunya dengan memanfaatkan *platform digital* untuk dijadikan sarana dalam memasarkan produknya. Pemanfaatan *platform digital* ini memberikan kontribusi yang positif untuk mahasiswa yang menjalankan usaha karena dapat menambah konsumen dari jangkauan pasarnya yang luas. Penelitian ini menjadi masukan serta bahan evaluasi bagi program studi Pendidikan Ekonomi dalam mengimplementasikan mata kuliah terutama pada mata kuliah yang berhubungan dengan kewirausahaan. Mata kuliah ini seharusnya bisa memberikan bekal lebih untuk mahasiswa agar dapat menumbuhkan minat untuk membuka usaha ataupun mahasiswa yang telah memiliki usaha agar dapat mengelola bisnisnya. Implementasi teori dan praktik yang berhubungan dengan kewirausahaan ini perlu dikaji lebih baik lagi seperti mata kuliah Kewirausahaan, Manajemen

Bisnis, Sistem Informasi Bisnis, di mana pada mata kuliah ini tidak hanya diberikan secara teoritis saja tetapi ada praktik secara langsung, salah satunya dengan model pembelajaran dengan memberikan kesempatan pada pengajar untuk mengelola mata kuliah yang berhubungan dengan kewirausahaan dengan melibatkan kerja proyek (*project based learning*) dan pada akhir pembelajaran terdapat *output* yang dihasilkan misalnya berupa produk hingga pemasaran produk.

Perguruan tinggi perlu melaksanakan program-program yang berhubungan dengan peningkatan wirausaha seperti Program Kewirausahaan Kampus Merdeka. Hasil penelitian ini memberikan saran untuk PPKwu LPPM UNS untuk menyelenggarakan Program Mahasiswa Wirausaha secara optimal. Program ini, bisa lebih digiatkan kembali agar banyak mahasiswa UNS yang tahu dan tertarik untuk mengikuti. Program Mahasiswa Wirausaha ini selaras dengan Program Kegiatan Bisnis Manajemen Mahasiswa Indonesia (KBMI) yang diselenggarakan oleh Kemendikbud. PPKwu LPPM UNS diharapkan dapat menambahkan banyak pelatihan terutama yang berkaitan dengan pemanfaatan *platform digital*. Pelatihan yang diberikan fokus pada pengembangan *e-commerce* (*website*, media sosial, ataupun *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak) serta pihak PPKwu dapat meningkatkan kualitas pelatihan dengan menghadirkan pemateri yang berpengalaman serta mengambil tema pelatihan yang *up to date* dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa sebagai pelaku bisnis *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhempy, W. (2013). Pengaruh Pelatihan Dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Pada Program Kemitraan Bina Lingkungan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(1), 74–84.
- Kusumadewi, N. R. (2017). Pengaruh Locus of Control dan Financial Literacy terhadap Kinerja UKM pada Pelaku UKM Desa Rawa. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers*, 5(November), 915–924.
- Lestari, P. A. (2020). *Pengaruh Sistem Informasi dan Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Makassar* (Issue 2017). <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7062>
- Robert, C., & Matua, A. (2013). *Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce Pada Aspek Pemasaran Dan Operasi Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah Di Indonesia*. 1–19.
- Rokhayati, I. (2015). Pengukuran Kinerja pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Suatu Telaah Pustaka. *Monex*, 4(2), 94–100. <http://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/monex/article/view/273/267>
- Rum, M. (2013). Locus of Control, Innovation, Performance of the Business People in the Small Business and Medium Industries in South Sulawesi. *Journal of Economics, Business, and Accountancy / Ventura*, 15(3), 373. <https://doi.org/10.14414/jebav.v15i3.108>

- Wattiheluw, A. (2018). Pengaruh pemberdayaan dan pelatihan terhadap kinerja pelaku usaha mikro kecil dan menengah binaan Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Provinsi Maluku. *Jurnal Manis*, 2(3), 57–67.
- Witanti, W., Informatika, J., Jenderal, U., & Yani, A. (2017). Pengukuran Kinerja pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Balanced Scorecard (BSC). *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 6(2), 41–50.