



Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Peran *E-Commerce*, dan *Self-Efficacy* terhadap Keputusan Berwirausaha Masyarakat di Kabupaten Jember

Elzie Rezza Firdauzie Akbar^{1*}, Abadi Sanorsa², Wenny Murtalining Tyas³

¹⁻³Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

Email: mr.elziera@gmail.com¹, abadi@unmuhjember.ac.id², wennymurtaliningtyas@unmuhjember.ac.id³

*Penulis Korespondensi: mr.elziera@gmail.com

Abstract. This study aims to examine and analyze the influence of entrepreneurship education, the role of E-Commerce, and self-efficacy on entrepreneurial decisions among the people of Jember Regency. Unemployment among educated people and the shrinking of formal job absorption have pushed independent entrepreneurship to become the dominant occupational status in Jember, yet the quality of micro-enterprises remains low, with only 41% reaching independent status against an 80% target. This study employed a quantitative causal approach. The population consisted of the working-age community of Jember Regency who own or run a business, and a sample of 100 respondents was determined using the Slovin formula with a purposive sampling technique. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using instrument tests (validity and reliability), classical assumption tests, multiple linear regression, the coefficient of determination (R^2), and t-tests with the aid of IBM SPSS. The results show that entrepreneurship education, the role of E-Commerce, and self-efficacy each have a positive and significant effect on entrepreneurial decisions, with the three variables jointly explaining 57.5% of the variance in entrepreneurial decisions. These findings imply that strengthening entrepreneurship education, digital literacy for E-Commerce adoption, and self-confidence building are essential strategies for local governments and communities to accelerate quality entrepreneurship in Jember Regency.

Keywords: E-Commerce; Entrepreneurial Decisions; Entrepreneurship Education; Jember Regency; Self-Efficacy.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan, peran E-Commerce, dan *self-efficacy* terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di Kabupaten Jember. Tingginya pengangguran terdidik serta menyusutnya penyerapan tenaga kerja formal mendorong berwirausaha mandiri menjadi status pekerjaan yang dominan di Kabupaten Jember, namun kualitas usaha mikro masih rendah, dengan realisasi usaha mikro mandiri baru mencapai 41% dari target 80%. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Populasi penelitian adalah masyarakat usia kerja di Kabupaten Jember yang memiliki atau menjalankan usaha, dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), serta uji t dengan bantuan program IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan, peran E-Commerce, dan *self-efficacy* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha, dengan ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 57,5% variasi keputusan berwirausaha. Temuan ini mengimplikasikan bahwa penguatan pendidikan kewirausahaan, literasi digital untuk adopsi E-Commerce, dan penguatan keyakinan diri menjadi strategi penting bagi pemerintah daerah dan masyarakat untuk mempercepat kewirausahaan yang berkualitas di Kabupaten Jember.

Kata Kunci: E-Commerce; Efikasi Diri; Kabupaten Jember; Keputusan Kewirausahaan; Pendidikan Kewirausahaan.

1. LATAR BELAKANG

Kewirausahaan memiliki peran vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan membantu Indonesia keluar dari jebakan pendapatan menengah (*middle income trap*). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM (2025), rasio kewirausahaan Indonesia tercatat stagnan di angka 3,47 persen dan sedang diupayakan mencapai target 3,95 persen, angka yang masih tertinggal jauh dibandingkan Singapura (8,76 persen), Malaysia, dan

Thailand yang telah berada di atas 4 persen. Ketertinggalan ini mengindikasikan bahwa keputusan masyarakat untuk terjun ke dunia wirausaha masih perlu dipacu secara masif, terlebih di tengah meningkatnya jumlah pengangguran terdidik yang menuntut perubahan paradigma dari pencari kerja (job seeker) menjadi pencipta lapangan kerja (job creator). Di Kabupaten Jember, data Badan Pusat Statistik (2025) menunjukkan bahwa dari total 1.535.617 jiwa penduduk yang bekerja, penyerapan tenaga kerja pada sektor formal (buruh/karyawan) justru menurun dari 28,47 persen pada 2022 menjadi 22,52 persen pada 2025, sementara proporsi masyarakat yang berusaha sendiri mencapai 25,83 persen dan menjadi status pekerjaan tertinggi, mengalahkan persentase karyawan formal. Secara total, masyarakat yang berwirausaha mencapai 46,81 persen dari seluruh penduduk bekerja. Pergeseran ini menegaskan bahwa keputusan berwirausaha bukan lagi sekadar alternatif, melainkan telah menjadi pilihan strategis masyarakat Jember untuk bertahan di tengah menyusutnya lapangan kerja formal. Namun demikian, tingginya kuantitas pelaku usaha belum diikuti oleh kualitas kewirausahaan yang memadai. Berdasarkan Laporan Kinerja Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember (2024), dari 94.506 Koperasi dan UMKM yang terdata, realisasi persentase Usaha Mikro Mandiri hanya mencapai 41 persen dari target 80 persen. Hambatan utama yang teridentifikasi meliputi rendahnya kualitas sumber daya manusia pengelola usaha, lemahnya penguasaan teknologi dan pemasaran digital, serta tekanan persaingan dari pasar berjangkauan berskala besar.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa keputusan berwirausaha yang diambil masyarakat sering kali bersifat reaktif terhadap tekanan ekonomi, bukan didasarkan pada kesiapan kompetensi, pemanfaatan teknologi, dan keyakinan diri yang kuat, sehingga fondasi pendidikan kewirausahaan, optimalisasi peran *E-Commerce*, dan penguatan *self-efficacy* menjadi sangat relevan untuk dikaji. Kajian terdahulu mengenai ketiga variabel tersebut masih menunjukkan inkonsistensi hasil (*research controversy*). Fariski dan Pratiwi (2023) menemukan pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha digital, namun HZ dan Fitriaty (2024) tidak menemukan pengaruh yang signifikan. Meilisa (2023) menemukan *E-Commerce* berpengaruh positif, sedangkan Budiarto, Meylina, dan Diansari (2024) menemukan sebaliknya. Demikian pula Taufiq dan Indrayeni (2022) menemukan *self-efficacy* berpengaruh signifikan, namun Agusdin dan Hidayatulloh (2024) menemukan hasil yang tidak signifikan. Selain itu, mayoritas penelitian terdahulu berfokus pada minat berwirausaha (*intention*) dengan subjek terbatas pada mahasiswa, padahal minat belum tentu terwujud menjadi keputusan atau tindakan nyata (*action*). Berdasarkan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis

pengaruh pendidikan kewirausahaan, peran *E-Commerce*, dan *self-efficacy* terhadap keputusan berwirausaha pada masyarakat umum di Kabupaten Jember, guna memberikan bukti empiris yang lebih relevan bagi konteks lokal.

2. KAJIAN TEORITIS

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) menjelaskan bahwa suatu perilaku dapat diprediksi melalui tiga elemen pembentuk intensi, yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Keputusan berwirausaha dalam penelitian ini dijelaskan menggunakan TPB karena teori ini memandang keputusan sebagai bentuk perilaku aktual yang muncul setelah individu memiliki sikap positif dan kontrol perilaku yang kuat terhadap suatu tindakan. Pendidikan kewirausahaan berperan membentuk sikap positif terhadap wirausaha, *self-efficacy* merepresentasikan kontrol perilaku internal, sedangkan peran *E-Commerce* merepresentasikan kontrol perilaku eksternal berupa kemudahan akses sumber daya dan kesempatan yang mendukung.

Keputusan Berwirausaha

Keputusan berwirausaha adalah proses memilih untuk memulai atau melanjutkan usaha sendiri di antara berbagai alternatif karier (Tingginehe & Sulandjari, 2024). Keputusan ini merupakan hasil dari pemilihan rasional di mana individu memutuskan mengalokasikan sumber dayanya untuk memulai bisnis dibandingkan bekerja pada orang lain, yang tercermin dari keinginan memperoleh pendapatan tinggi, kepuasan karier, prestise, keberanian mewujudkan ide baru, dan pembangunan kekayaan jangka panjang (Ayu, Agung, & Pratiwi, 2025).

Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan merupakan proses pembelajaran terstruktur yang dirancang untuk menanamkan pengetahuan, mengembangkan keterampilan, dan membentuk sikap kewirausahaan pada individu, baik melalui jalur formal maupun non-formal (Noerhartati & Jatiningrum, 2021). Pendidikan kewirausahaan yang efektif tidak hanya menyampaikan teori bisnis, tetapi juga menumbuhkan orientasi dan keberanian mengambil keputusan berwirausaha (Soelaiman, Larasati, & Sari, 2025).

Peran *E-Commerce*

E-Commerce merupakan media transaksi jual beli barang atau jasa melalui perangkat elektronik yang mencakup proses pemasaran, pelayanan konsumen, hingga transaksi yang

lebih praktis (Kotler & Armstrong, 2012). Bagi masyarakat Jember, *E-Commerce* menjadi infrastruktur yang menurunkan hambatan masuk (barrier to entry) ke dunia usaha karena memungkinkan modal yang lebih rendah dan jangkauan pasar yang lebih luas melampaui batas geografis (Setiyono & Nugroho, 2025).

Self-efficacy

Self-efficacy adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menjalankan suatu perilaku dan mencapai hasil tertentu (Bandura, 1997). Dalam konteks kewirausahaan, entrepreneurial *self-efficacy* mengacu pada seberapa besar keyakinan individu bahwa dirinya mampu melaksanakan peran dan tugas kewirausahaan (Deliana, 2023), sehingga individu dengan *self-efficacy* tinggi cenderung lebih berani mengambil risiko dan bertahan menghadapi tantangan usaha (Taufiq & Indrayeni, 2022).

Pengembangan Hipotesis

Pendidikan kewirausahaan menjadi landasan individu untuk berani mengambil keputusan berwirausaha (Noerhartati & Jatiningrum, 2021), sebagaimana ditemukan oleh Fariski dan Pratiwi (2023) bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Peran *E-Commerce* menurunkan hambatan masuk berwirausaha melalui kemudahan modal dan perluasan pasar (Meilisa, 2023), sedangkan *self-efficacy* meningkatkan keberanian individu menghadapi ketidakpastian usaha (Wildani & Suwandi, 2022; Taufiq & Indrayeni, 2022). Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan hipotesis sebagai berikut: H1: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di Kabupaten Jember. H2: Peran *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di Kabupaten Jember. H3: *Self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di Kabupaten Jember.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis explanatory research yang bertujuan menguji hubungan kausal antarvariabel melalui analisis regresi linier berganda. Populasi penelitian adalah masyarakat angkatan kerja di Kabupaten Jember yang berjumlah 1.584.270 jiwa berdasarkan data BPS Kabupaten Jember (2025). Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10 persen, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria inklusi: (1) berdomisili di Kabupaten Jember, (2) berusia 15–64 tahun, (3) pernah mendapatkan materi kewirausahaan baik formal maupun non-formal, dan (4)

telah mengambil keputusan untuk merintis atau menjalankan usaha. Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner berskala Likert (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju) dan data sekunder yang bersumber dari jurnal, artikel, dan publikasi resmi seperti BPS dan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pendidikan kewirausahaan (X1) yang diukur melalui indikator pengetahuan, keterampilan, sikap dan motivasi, serta kreativitas dan inovasi (Noerhartati & Jatiningrum, 2021); peran *E-Commerce* (X2) yang diukur melalui indikator kemudahan akses, kemudahan transaksi, efisiensi permodalan, keamanan transaksi, dan kecepatan layanan (Wildani & Suwandi, 2022); dan *self-efficacy* (X3) yang diukur melalui indikator keyakinan mentoleransi perubahan, merespons peluang, menghasilkan ide, menciptakan produk, memiliki keahlian, dan mengembangkan rencana (Hapsari & Salima, 2023).

Variabel dependen adalah keputusan berwirausaha (Y) yang diukur melalui indikator keputusan memperoleh pendapatan tinggi, kepuasan karier, prestise, mewujudkan ide baru, dan membangun kekayaan jangka panjang (Ayu, Agung, & Pratiwi, 2025). Analisis data dilakukan melalui uji instrumen (validitas dengan korelasi Pearson product moment dan reliabilitas dengan Cronbach's Alpha), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R²), serta uji hipotesis secara parsial (uji t) pada taraf signifikansi 5 persen dengan bantuan program IBM SPSS. Model regresi yang digunakan dirumuskan sebagai $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$, dengan Y adalah keputusan berwirausaha, α adalah konstanta, β adalah koefisien regresi masing-masing variabel bebas, dan e adalah standard error.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Jember, salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah 3.293,34 km² yang memiliki potensi besar pada sektor pertanian, perdagangan, jasa, dan usaha mikro, kecil, dan menengah. Responden penelitian berjumlah 100 orang yang terdiri atas masyarakat pelaku usaha di wilayah tersebut.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	65	65,0
	Perempuan	35	35,0
Usia	16–25 tahun	79	79,0
	26–35 tahun	15	15,0
	36–45 tahun	3	3,0
	46–55 tahun	2	2,0
	> 55 tahun	1	1,0

Sumber: Data primer diolah (2026)

Responden penelitian didominasi oleh laki-laki (65%) dan kelompok usia 16–25 tahun (79%), yang mengindikasikan bahwa aktivitas kewirausahaan di Kabupaten Jember banyak dijalankan oleh generasi muda usia produktif awal.

Hasil Uji Instrumen

Uji validitas menggunakan korelasi Pearson product moment dengan nilai r tabel sebesar 0,196 ($df = 98$, $\alpha = 5\%$). Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Hasil pengujian validitas secara lengkap disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas.

Variabel	Item	r Tabel	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 E-Commerce (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
Self-efficacy (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 diolah dengan IBM SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 2, seluruh item pernyataan pada variabel Keputusan Berwirausaha, Pendidikan Kewirausahaan, Peran E-Commerce, dan Self-efficacy memiliki nilai r hitung antara 0,251 hingga 0,613, seluruhnya lebih besar dari r tabel (0,196), sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 3. 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 diolah dengan IBM SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 3, nilai Cronbach's Alpha pada seluruh variabel berada di atas nilai cut-off 0,60, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan konsisten digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan model regresi memenuhi syarat BLUE (Best Linear Unbiased Estimator), meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test).

Keterangan	Nilai
N	100
Mean Residual	0,8986
Std. Deviation	0,61525
Test Statistic (Absolute)	0,089
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,065

Sumber: Data primer diolah dengan IBM SPSS (2026).

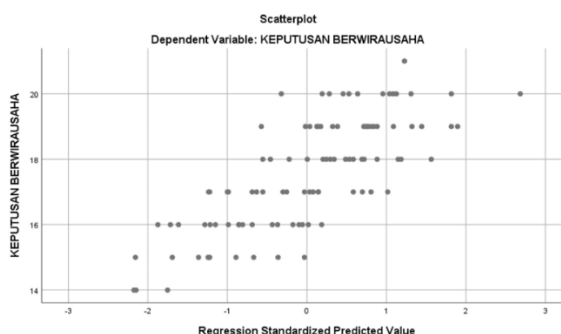
Berdasarkan Tabel 4, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,065 lebih besar dari 0,05, sehingga residual model regresi dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas.

Variabel	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 diolah dengan IBM SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 5, seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga model regresi tidak mengalami gejala multikolinieritas.



Gambar 1. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas Variabel Keputusan Berwirausaha.

Uji heteroskedastisitas dilakukan melalui grafik scatterplot antara nilai prediksi standar (regression standardized predicted value) dengan residualnya. Hasil pengujian menunjukkan titik-titik residual menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, sehingga model regresi dalam penelitian ini dinyatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.

Variabel	Koefisien (B)	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.
Konstanta	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 diolah dengan IBM SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh persamaan regresi $Y = 1,001 + 0,393X_1 + 0,267X_2 + 0,291X_3 + e$. Nilai konstanta sebesar 1,001 menunjukkan bahwa apabila ketiga variabel independen bernilai nol, maka keputusan berwirausaha bernilai 1,001. Koefisien regresi ketiga variabel bernilai positif, yang berarti peningkatan pada masing-masing variabel Pendidikan Kewirausahaan, Peran *E-Commerce*, dan *Self-efficacy* akan meningkatkan Keputusan Berwirausaha, dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 7. Hasil Uji t (Uji Parsial).

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 diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 7, ketiga variabel independen memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,985) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga H1, H2, dan H3 seluruhnya diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Pendidikan Kewirausahaan, Peran *E-*

Commerce, dan *Self-efficacy* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Berwirausaha.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. 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 diolah dengan IBM SPSS (2026).

Berdasarkan Tabel 8, nilai Adjusted R Square sebesar 0,575 menunjukkan bahwa Pendidikan Kewirausahaan, Peran *E-Commerce*, dan *Self-efficacy* secara bersama-sama mampu menjelaskan 57,5 persen variasi Keputusan Berwirausaha masyarakat Kabupaten Jember, sedangkan 42,5 persen sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti motivasi berwirausaha, dukungan keluarga, pengalaman usaha, dan akses permodalan. Nilai R sebesar 0,767 menunjukkan hubungan yang kuat antara ketiga variabel independen dengan Keputusan Berwirausaha.

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Keputusan Berwirausaha

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha (t hitung 7,066 > t tabel 1,985; Sig. 0,000 < 0,05), sehingga H_1 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pengetahuan, keterampilan, sikap, motivasi, serta kreativitas kewirausahaan yang dimiliki masyarakat, semakin besar kecenderungan mereka mengambil keputusan berwirausaha. Hasil ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang menempatkan pendidikan kewirausahaan sebagai pembentuk sikap positif terhadap wirausaha, serta konsisten dengan temuan Fariski dan Pratiwi (2023) yang menemukan pengaruh signifikan pendidikan kewirausahaan terhadap keputusan berwirausaha digital, namun berbeda dengan temuan HZ dan Fitriaty (2024) yang tidak menemukan pengaruh signifikan pada masyarakat urban. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa efektivitas pendidikan kewirausahaan sangat bergantung pada konteks populasi dan pendekatan pembelajaran yang diterapkan.

Pengaruh Peran *E-Commerce* terhadap Keputusan Berwirausaha

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Peran *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha (t hitung 7,090 > t tabel 1,985; Sig. 0,000 < 0,05), sehingga H_2 diterima. Kemudahan akses, kemudahan transaksi, efisiensi permodalan, keamanan, dan kecepatan layanan yang ditawarkan *E-Commerce* menurunkan hambatan masuk bagi masyarakat Jember yang ingin memulai usaha namun terkendala modal fisik dan jangkauan pasar. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, *E-Commerce* memperkuat *perceived behavioral control* karena memberikan sumber daya dan

kesempatan yang membuat kegiatan berwirausaha dipersepsikan lebih mudah dilakukan. Hasil ini konsisten dengan temuan Meilisa (2023), namun bertolak belakang dengan Budiarto, Meylina, dan Diansari (2024) yang menemukan *E-Commerce* tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan ini menegaskan bahwa ketersediaan teknologi digital tidak serta-merta mendorong keputusan berwirausaha apabila tidak disertai literasi digital yang memadai.

Pengaruh *Self-efficacy* terhadap Keputusan Berwirausaha

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha (t hitung 5,827 > t tabel 1,985; Sig. 0,000 < 0,05), sehingga H3 diterima. Individu dengan keyakinan tinggi terhadap kemampuannya untuk mentoleransi perubahan, merespons peluang, menghasilkan ide, menciptakan produk, memiliki keahlian, dan menyusun perencanaan bisnis cenderung lebih berani mengambil keputusan berwirausaha di tengah ketidakpastian pasar dan persaingan usaha. Dalam *Theory of Planned Behavior*, *self-efficacy* berkaitan erat dengan *perceived behavioral control* internal, di mana semakin tinggi keyakinan diri seseorang, semakin kuat persepsi kontrolnya terhadap keberhasilan menjalankan usaha. Hasil ini sejalan dengan Taufiq dan Indrayeni (2022) serta Wildani dan Suwandi (2022), namun berbeda dengan Agusdin dan Hidayatulloh (2024) yang menemukan *self-efficacy* tidak berpengaruh signifikan, sehingga peran keyakinan diri terhadap keputusan berwirausaha tetap perlu divalidasi pada konteks populasi yang berbeda-beda.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan, peran *E-Commerce*, dan *self-efficacy* masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha masyarakat di Kabupaten Jember, dengan ketiganya secara bersama-sama menjelaskan 57,5 persen variasi keputusan berwirausaha. Temuan ini menegaskan bahwa keputusan masyarakat Jember untuk berwirausaha tidak hanya didorong oleh tekanan ekonomi dan keterbatasan lapangan kerja formal, tetapi juga dibentuk oleh kesiapan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan, kemampuan memanfaatkan teknologi digital, serta keyakinan terhadap kemampuan diri dalam menghadapi risiko dan tantangan usaha. Implikasi praktis dari temuan ini adalah pentingnya peningkatan kualitas pendidikan dan pelatihan kewirausahaan baik formal maupun non-formal, perluasan literasi digital untuk mengoptimalkan pemanfaatan platform *E-Commerce*, serta program pendampingan yang dapat memperkuat keyakinan diri pelaku usaha mikro agar mampu bertransformasi dari usaha yang bersifat survival oriented

menuju usaha yang mandiri dan berdaya saing. Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain jumlah sampel yang relatif terbatas (100 responden) serta model penelitian yang hanya melibatkan tiga variabel independen sehingga menyisakan 42,5 persen variasi keputusan berwirausaha yang dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden, menambahkan variabel lain seperti motivasi berwirausaha, dukungan keluarga, akses permodalan, dan lingkungan bisnis, serta mempertimbangkan penggunaan variabel mediasi atau moderasi agar model penelitian dapat menjelaskan keputusan berwirausaha secara lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember serta seluruh responden masyarakat di Kabupaten Jember yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian. Artikel ini merupakan bagian dari skripsi penulis pertama pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember.

DAFTAR REFERENSI

- Adebakin, A. B., & Ayanlowo, A. E. (2023). Entrepreneurship education. In *Handbook of research on entrepreneurship and organizational resilience during unprecedented times* (pp. 120–134). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-7127-2.ch007>
- Agusdin, & Hidayatulloh. (2024). Determinan pengambilan keputusan untuk menjadi wirausahawan. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 8(1), 1–15. <https://doi.org/10.30587/jre.v8i1.8384>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Asy'ari, A., & Shulthoni, M. (2023). Pengaruh E-Commerce, sistem informasi akuntansi, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha selama pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 13(2), 229–239. <https://doi.org/10.23887/jiah.v13i2.59793>
- Auliya, N., Meita, K., Yulianti, & Prasetyo, D. (2025). The influence of E-Commerce utilization and self-efficacy on entrepreneurial intentions among economics and business faculty University of Lampung. *YUME: Journal of Management*.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman & Co.
- Budiarto, D. S., Meylina, A. P., & Diansari, R. E. (2024). Pentingnya E-Commerce dan sistem informasi dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha. *Wahana: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 26(1), 110–122. <https://doi.org/10.35591/wahana.v26i1.400>
- Camuffo, A., Gambardella, A., Messinese, D., Novelli, E., Paolucci, E., & Spina, C. (2024). A scientific approach to entrepreneurial decision making: Large-scale replication and

- extension. *Strategic Management Journal*, 45(6), 1209–1237. <https://doi.org/10.1002/smj.3580>
- Deliana, M. (2023). Self-efficacy as a factor of entrepreneurial intention. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(4), 2573–2580. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i4.1758>
- Fahmi, A. R., & Fauzan. (2024). Pengaruh E-Commerce, digital payment, self-efficacy, dan sistem informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan berwirausaha. *Jurnal EMT KITA*, 8(4), 1277–1291. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i4.3012>
- Faizah, N., Suharto, A., & Yohanes. (2025). Pengaruh motivasi berwirausaha, penggunaan media sosial, kepribadian, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 6(3), 1–15. <https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2672>
- Fariski, A., & Pratiwi, D. (2023). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap keputusan berwirausaha digital pada mahasiswa UNESA Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Hapsari, T. P., & Salima, S. (2023). Efikasi diri generasi milenial dan keputusan berwirausaha di bidang ekonomi kreatif. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 28(1), 30. <https://doi.org/10.20961/jkb.v28i1.67405>
- HZ, R. A., & Fitriaty. (2024). Antecedent keputusan berwirausaha pada mahasiswa di Provinsi Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 13(3). <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i03.32040>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (14th ed.). Pearson Education.
- Kumara, B. (2020). Analisis faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dengan menggunakan media sosial. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 52–56. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3533>
- Meilisa, M., et al. (2023). E-Commerce utilization efforts entrepreneurs in Indonesia. *Marginal: Journal of Management, Accounting, General Finance and International Economic Issues*, 3(1), 259–271. <https://doi.org/10.55047/marginal.v3i1.957>
- Noerhartati, E., & Jatiningrum, S. (2021). *Pendidikan kewirausahaan di Indonesia*. Penerbit Adab.
- Safira, N., Izzuddin, A., & Rusdiyanto. (2025). Pengaruh penguasaan literasi digital, kompetensi wirausaha, dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JIMAK)*, 4(3), 689–703. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i3.4939>
- Saptono, A., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Karyaningsih, R. P. D., & Yanto, H. (2021). Entrepreneurial self-efficacy among elementary students: The role of entrepreneurship education. *Heliyon*, 7(9), e07995. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07995>
- Setiawan, et al. (2021). The effect of entrepreneurship education to student's entrepreneurial intention with self-efficacy as mediating variable. *Derema: Jurnal Manajemen*.
- Setiyono, R. H., & Nugroho, M. A. (2025). The effect of digital marketing, E-Commerce, and entrepreneurship education (as moderating variables) on the interest in entrepreneurship among students of state vocational schools in Malinau Regency. *International Journal of Economics, Commerce, and Management*, 2(4), 162–172. <https://doi.org/10.62951/ijecm.v2i4.1001>

- Soelaiman, L., Larasati, A. D., & Sari, V. R. (2025). Penguatan pola pikir kewirausahaan melalui proyek kreativitas di sekolah menengah. *Jurnal Pendidikan*, 8(2), 265–272.
- Taufiq, M., & Indrayeni, I. (2022). Pengaruh E-Commerce, self efficacy, dan sistem informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan berwirausaha. *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(1), 187–195. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v1i1.423>
- Tingginehe, & Sulandjari. (2024). Entrepreneur as a choice of student career interests. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.
- Ucik Pudjiastuti, F., Wishnu Wardana, L., & Sumanto, A. (2024). The influence of entrepreneurship education on entrepreneurial readiness mediated by entrepreneurial skills and entrepreneurial mindset. *Journal of Finance and Business Digital (JFBD)*, 3(4), 403–420. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v3i4.12421>
- Widati, S., & Muawiyah. (2024). Entrepreneurship education and self-efficacy: How do they affect the entrepreneurial readiness of vocational students? *Proceedings of the International Conference on Business, Economics, Accounting, Management and Sustainability (ISC-BEAM)*. <https://doi.org/10.21009/ISC-BEAM.012.116>
- Wildani, & Suwandi. (2022). Pengaruh E-Commerce dan self-efficacy terhadap keputusan berwirausaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- William, R., & Rodhiah, R. (2024). The impact of self-efficacy, entrepreneurial motivation, and entrepreneurship education on interest in entrepreneurship. *International Journal of Management Science and Application*, 3(2), 132–145. <https://doi.org/10.58291/ijmsa.v3i2.327>
- Yunisia, M., Suharto, A., & Winahyu, P. (2025). Pengaruh digital literacy, penggunaan E-Commerce, dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha digital (digital entrepreneurship). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 6(3), 14. <https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2791>