

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia menempati peringkat keempat negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia. Laporan Worldometers pada 31 Januari 2023 tercatat jumlah penduduk Indonesia sebanyak 273,52 juta jiwa. Jumlah tersebut dapat membawa hal positif namun dapat juga menjadi masalah bagi Indonesia. Semakin banyak jumlah penduduk suatu negara maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi masalah ketenagakerjaan seperti bertambahnya jumlah pengangguran. Pengangguran merupakan salah satu masalah yang sering dihadapi oleh setiap negara berkembang termasuk Indonesia. Indonesia yang merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbanyak seharusnya menjadi sebuah kekuatan untuk membantu pemerintah dalam upaya meningkatkan pembangunan melalui penciptaan lapangan kerja oleh setiap masyarakat. Sebenarnya pemerintah telah memiliki berbagai macam program kerja yang upayanya adalah untuk mengurangi jumlah pengangguran yang ada, namun pada kenyataannya hal tersebut tidak cukup banyak membantu jumlah angka pengangguran yang semakin tinggi dari waktu ke waktu (Pramudjasi. et al., 2019).

Tabel 1.1 Jumlah Angkatan Kerja dan TPAK Indonesia 2018 – 2022

Waktu	Jumlah Angkatan Kerja (Jiwa)	Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (%)
q1 2018	136.442.998	69,2
q3 2018	133.355.571	67,31
q1 2019	138.591.388	69,32
q3 2019	135.859.695	67,53
q1 2020	140.218.352	69,21
q3 2020	138.221.938	67,77
q1 2021	139.810.313	68,08
q3 2021	140.152.575	67,8
q1 2022	144.014.048	69,06
q3 2022	143.722.644	68,63

Sumber: Databoks (katadata.co.id), diakses pada 3 Februari 2023

Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan di Indonesia terdapat 143,72 juta jiwa angkatan kerja pada Agustus 2022, dengan tingkat partisipasi angkatan kerja (TPAK) sebesar 68,63% dari jumlah penduduk usia kerja. Jumlah angkatan kerja

tersebut berkurang 291,4 ribu jiwa (0,2%) dibanding posisi Februari 2022. Demikian pula TPAK berkurang 0,43% dibanding Februari 2022. Angkatan kerja sebagai sumber daya manusia di Indonesia masih sangat tergantung kepada lapangan pekerjaan yang disediakan. Hal ini mendorong naiknya tingkat pengangguran di Indonesia.

Tabel 1.2 Data Pengangguran Terbuka Indonesia Februari 2021 & 2022

Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan + Total	Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan (Orang)					
	2021			2022		
	Februari	Agustus	Tahunan	Februari	Agustus	Tahunan
Tidak/belum pernah sekolah	20.461	23.905	-	24.852	-	-
Tidak/belum tamat SD	342.734	431.329	-	437.819	-	-
SD	1.219.494	1.393.492	-	1.230.914	-	-
SLTP	1.515.089	1.604.448	-	1.460.221	-	-
SLTA Umum/SMU	2.305.093	2.472.859	-	2.251.558	-	-
SLTA Kejuruan/SMK	2.089.137	2.111.338	-	1.876.661	-	-
Akademi/Diploma	254.457	216.024	-	235.359	-	-
Universitas	999.543	848.657	-	884.769	-	-
Total	8.746.008	9.102.052	-	8.402.153	-	-

Sumber: Badan Pusat Statistik (bps.go.id), diakses pada 3 Februari 2023

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) diketahui bahwa jumlah lulusan universitas yang menjadi pengangguran di Indonesia menunjukkan angka 999.543 jiwa pada Februari 2021, 848.657 jiwa pada Agustus 2021, dan 884.769 jiwa pada Februari 2022. Terjadi peningkatan angka sebanyak 36.112 jiwa pengangguran lulusan universitas pada Februari 2022. Akan tetapi, angka tersebut kembali menurun pada Agustus 2022.

Tabel 1.3 Data Pengangguran Terbuka Indonesia Agustus 2022

Pendidikan Terakhir	Nilai/Jiwa per Agustus 2022
Universitas	673.485
Akademi/Diploma	159.490
SLTA Kejuruan/SMK	1.661.492
SLTA Umum/SMU	2.478.173
SLTP	1.500.807
SD	1.274.153
Tidak/belum tamat SD	663.125
Belum pernah sekolah	15.206

Sumber: Databoks (katadata.co.id), diakses pada 3 Februari 2023

Dari data tersebut, pada Agustus 2022 jumlah penduduk usia kerja di Indonesia mencapai 209,42 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, yang masuk kategori angkatan kerja sebanyak 143,72 juta jiwa, terdiri dari 135,3 juta jiwa bekerja dan 8,42 juta jiwa menganggur/tidak bekerja. Diketahui jumlah penganggur lulusan universitas ada 673,49 ribu jiwa (7,99%). Angka tersebut memang berkurang 211.284 jiwa dari jumlah penganggur lulusan universitas pada Februari 2022 namun hal tersebut membuktikan bahwa lulusan universitas pun turut menyumbang angka pengangguran di Indonesia.

Berita Resmi Statistik No. 26/05/05/Th. XVI, 09 Mei 2022 menyatakan jumlah angkatan kerja di Jambi pada Februari 2022 yaitu sebanyak 1,85 juta orang, bertambah 17 ribu orang dibanding Februari 2021. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) sebesar 68,86% atau naik 1,56 poin. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada Februari 2022 sebesar 4,70% atau turun 0,06% poin dibandingkan dengan Februari 2021.

Mahasiswa dengan latar belakang pendidikan tinggi tidak menjamin setelah lulus akan langsung bekerja. Mahasiswa setelah lulus dari universitas akan memilih dua opsi antara mencari pekerjaan atau membuka lapangan pekerjaan baru, sebab itu mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa penting untuk mempunyai jiwa kewirausahaan (Nurhadifah dan Sukanti, 2018). Solusi terbaik untuk mengurangi pengangguran ialah mengembangkan jiwa kewirausahaan di kalangan generasi muda terutama para sarjana muda. Menjadi pengusaha merupakan salah satu cara seseorang untuk bekerja dan meniti karir untuk kehidupan mereka di masa yang akan datang. Dengan berwirausaha dapat pula membukakan lapangan pekerjaan baru bagi orang-orang yang membutuhkan atau sedang mencari sebuah pekerjaan, selain itu dapat membantu tugas pemerintah dalam mengurangi pertumbuhan pengangguran di negeri ini.

Semangat berwirausaha di kalangan mahasiswa terus meningkat. Hal ini dapat terlihat dari perkembangan perusahaan rintisan di Indonesia yang menempati peringkat ke lima di dunia. tren saat ini mahasiswa tidak lagi ingin menjadi PNS, melainkan membuka perusahaan rintisan. Untuk itu, penting sekali untuk menanamkan minat berwirausaha mahasiswa. Pertumbuhan jumlah wirausahawan muda di Indonesia juga turut meningkatkan tokoh-tokoh

wirausahawan muda yang menjadi inspirasi. Dengan berkembangnya usaha yang dirintis menjadikan motivasi bagi mahasiswa untuk bisa mengembangkan dan mengeksplorasi minat berwirausahanya. Selain minat, tentunya dukungan dari lingkungan dan pendidikan dapat menjadi faktor utama dalam menjalankan strategi bisnis. (www.antaraneews.com).

Perguruan tinggi harus ikut ambil bagian dalam mencetak lulusan mahasiswa yang mampu membuka lapangan pekerjaan baru. Universitas Jambi termasuk dalam salah satu perguruan tinggi tersebut. Hal ini dibuktikan dengan adanya program mata kuliah wajib kewirausahaan pada semua fakultas sebagai penunjang bidang keahlian. Universitas Jambi juga memfasilitasi mahasiswa dengan banyak kegiatan sebagai program kewirausahaan, pelatihan dan seminar kewirausahaan, dan praktik kewirausahaan. Berbagai kegiatan tersebut diselenggarakan untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan mahasiswa Universitas Jambi dalam berwirausaha. Salah satu program studi yang merealisasikan hal tersebut ialah program studi Akuntansi Universitas Jambi dengan mahasiswa aktif sebanyak 140 mahasiswa angkatan 2019. Mahasiswa Universitas Jambi diharapkan dapat mengembangkan kemampuannya dalam berwirausaha supaya potensi untuk menjadi seorang wirausahawan di kalangan mahasiswa semakin meningkat.

Berwirausaha berpeluang menghasilkan pendapatan yang lebih besar daripada menjadi karyawan. Berwirausaha akan menyerap tenaga kerja serta berkontribusi meningkatkan perekonomian melalui pajak yang dihasilkan. International Business Report (IBR) Semester II 2022 menyatakan sebanyak 76% pelaku bisnis di Indonesia optimis bahwa kondisi ekonomi Indonesia akan meningkat selama tahun 2023 di tengah ketidakpastian dan ancaman resesi. Angka tersebut menempatkan pelaku bisnis Indonesia di peringkat pertama secara global mengenai persepsi pelaku bisnis terhadap perkembangan bisnis dan ekonomi dalam 12 bulan ke depan. Dalam laporan tersebut, terungkap bahwa optimisme pelaku bisnis Indonesia didukung oleh dua hal utama, yaitu optimisme terkait pendapatan dan harga jual. Pelaku bisnis di Indonesia juga tercatat memiliki ekspektasi paling tinggi sedunia untuk kenaikan pendapatan (*revenue*) mereka di tahun 2023 yang diyakini oleh 84% dari responden. Hal itu juga

didukung dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang relatif stabil dan positif yang mencapai 5,72 persen pada 2022. Kendati demikian, pemerintah harus tetap mempunyai kebijakan-kebijakan dalam meningkatkan penguatan ekonomi nasional dalam menghadapi ancaman resesi yang akan terjadi. Strategi yang dapat dilakukan, antara lain perlu adanya pemberdayaan terhadap ekonomi domestik dengan menggali potensi sumber daya di daerah. Pemerintah juga dinilai harus memperhatikan pelaku UMKM yang memiliki peran yang cukup besar bagi perekonomian nasional. (www.antaraneews.com).

Ekspektasi pendapatan adalah harapan seseorang akan pendapatan yang diperolehnya dari kegiatan usaha ataupun bekerja. Menurut Zimmerer et al., (2008), menjadi wirausaha akan memperoleh keuntungan yang menakjubkan. Berwirausaha dapat memperoleh penghasilan yang tinggi dan tidak terbatas sesuai harapannya guna memenuhi segala keinginannya. Besar kecilnya penghasilan yang diterima dari berwirausaha tergantung dari hasil kerja atau usaha yang dilakukan. Keinginan untuk memperoleh pendapatan yang tak terbatas itulah yang dapat menimbulkan minat berwirausaha.

Dalam memilih karir berwirausaha, ekspektasi pendapatan menjadi pertimbangan penting untuk memulai karir berwirausaha. Seseorang dalam memilih suatu pekerjaan tidak akan lepas dari asumsi gaji atau pendapatan yang akan diperolehnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Setiawan & Sukanti, 2016). Pernyataan tersebut didukung penelitian yang dilakukan oleh Suhartini, (2011) bahwa pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Seseorang akan tertarik untuk menjadi wirausaha karena pendapatan yang diperolehnya akan lebih tinggi melebihi karyawan. Seseorang yang memiliki harapan pendapatan yang lebih tinggi daripada bekerja menjadi karyawan yang menjadi daya tarik untuk menjadi wirausaha. Seorang wirausahawan akan dapat memiliki penghasilan yang sangat besar dan tak terbatas, tetapi penghasilan dari berwirausaha tidak dapat diprediksi, kadang-kadang mungkin lebih dari pendapatan yang diharapkan atau bahkan diluar ekspektasi. Menurut Setiawan & Sukanti, (2016) Masih banyak mahasiswa Akuntansi UNY yang beranggapan bahwa pendapatan dari berwirausaha tersebut masih rendah dan tidak menentu

padahal tinggi rendahnya pendapatan yang diperoleh dari berwirausaha tergantung usaha yang dilakukan seseorang dalam mewujudkan pendapatan yang tinggi.

Perkembangan teknologi informasi belakangan ini sangat membantu perjalanan usaha para wirausaha, teknologi informasi memberikan informasi secara cepat, tepat dan akurat sehingga memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Salah satu bentuk teknologi informasi yang berkembang pesat ialah *e-commerce*. *E-commerce* merupakan proses transaksi jual beli baik berupa barang atau jasa yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik yang terhubung dengan internet. Adapun media elektronik tersebut bisa berupa komputer, *gadget*, dan lain-lain. Dalam pengaplikasiannya terdapat beberapa model *e-commerce* di Indonesia seperti *marketplace*, *shopping mall*, toko online, dan media sosial.

Melihat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih merubah perilaku pasar yang dulunya bertransaksi secara konvensional (harus saling bertemu) mulai beralih ke mode online (tanpa harus bertemu). Tidak hanya pada pusat perbelanjaan, hampir seluruh sektor sudah mulai menyediakan platform digital. Perubahan perilaku pasar juga dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan beberapa negara menerapkan beberapa aturan agar masyarakat tidak keluar rumah. Sehingga sebagian masyarakat memanfaatkan *e-commerce* sebagai pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan ada juga yang memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana usaha.

Menurut Nugroho dalam Rahayu, (2022) Awal mulanya *e-commerce* digunakan dalam hal transaksi-transaksi bisnis antar perusahaan besar, antar perbankan, serta antar institusi finansial lainnya. Semakin berkembangnya zaman fokus perdagangan *e-commerce* lewat sarana internet bergeser mendekati konsumen-konsumen individual. *E-commerce* saat ini tidak hanya menggunakan website saja namun sudah menyebar melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, dan *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan lain-lain.

Penggunaan internet saat ini tidak terbatas pada media komunikasi namun juga pada dunia usaha melalui *e-commerce* yang banyak dilakukan oleh berbagai kalangan baik remaja hingga orang tua. Kehadiran *e-commerce* berdampak besar

pada kehidupan dan gaya hidup masyarakat, termasuk menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat untuk memulai bisnis secara perorangan. Oleh karena itu, peluang menjadi wirausaha dengan pemanfaatan layanan *e-commerce* harus dioptimalkan khususnya pada kalangan mahasiswa yang harus dipersiapkan memasuki dunia kerja.

Tabel 1.4 Aktivitas *E-commerce* di Indonesia September 2021

No.	Kategori	Jumlah (%)
1.	Mencari produk/jasa yang akan dibeli via online	93%
2.	Mengunjungi toko online	87,3%
3.	Membeli barang/jasa via online	87,1%
4.	Melakukan pembelian online melalui telepon genggam	78,2%

Sumber: Graha Nurdian (grahanurdian.com), diakses pada 28 September 2023

Data diatas menunjukkan bahwa banyak orang Indonesia yang mencari produk/jasa via online (93%), mengunjungi toko online (87,3%), dan membeli barang/jasa via online (87,1%). Penduduk Indonesia sudah banyak yang menggunakan akses internet untuk melakukan aktivitas *e-commerce*. Peluang bisnis dunia digital ini seharusnya dapat dimanfaatkan masyarakat khususnya lulusan mahasiswa untuk memulai merintis usaha dengan kemudahan memanfaatkan *e-commerce*. Menurut survei *We Are Social* per April 2021 menyatakan 88,1% pengguna internet di Indonesia sudah pakai layanan *e-commerce* untuk beli produk, persentase tersebut menempati peringkat pertama di dunia.

Sektor *e-commerce* di Asia Tenggara terus menunjukkan pertumbuhan dan persaingan yang kuat walau industri digital diterpa berbagai tantangan. Shopee tercatat memimpin pasar regional dengan kontribusi Gross Merchandise Value (GMV) sebesar \$47,9 miliar, melampaui pesaingnya, seperti Lazada, Tokopedia, dan TikTok Shop.

Tabel 1.5 Transaksi *E-commerce* di Indonesia (2022)

Kategori	Jumlah (%)
Shopee	36%
Tokopedia	35%
Lazada	10%
Bukalapak	10%
TikTok Shop	5%
Blibli	4%

Sumber: Momentum Works (dailysocial.id), diakses pada 5 Juli 2023

Menurut laporan Momentum Works bertajuk "*Ecommerce in Southeast Asia*", sembilan platform *e-commerce* terkemuka di Asia Tenggara menghasilkan total GMV sebesar \$99,5 miliar pada 2022, naik 1,8 kali lipat dari 2020, tahun pertama pandemi. Dari total GMV tersebut, sebanyak 52% atau senilai \$51,9 miliar berasal dari Indonesia. Dipimpin oleh Shopee dengan pangsa pasar 36%, kemudian Tokopedia 35%, diikuti Lazada (10%), Bukalapak (10%), TikTok Shop (5%), dan Blibli (4%).

Berdasarkan statistik *e-commerce* provinsi Jambi 2021 oleh Badan Pusat Statistik, provinsi Jambi memiliki 20.215 usaha *e-commerce* dengan pemilik usaha usia 15-24 tahun sebanyak 6,83% dan usia 25-34 sebanyak 32,55%. Dan pemilik usaha berdasarkan pendidikan tertinggi dipimpin oleh SMA/SMK sederajat kebawah sebanyak 67,06% dan Diploma/S1 sebanyak 26,22%. Sebanyak 83,56% dari usaha *e-commerce* pada provinsi Jambi ini mulai melakukan *e-commerce* pada tahun 2017-2020.

Dilansir dari Badan Pusat Statistik (BPS), ada 34,10% usaha yang melakukan kegiatan *e-commerce* hingga 15 September 2022 di Indonesia. Persentase itu meningkat dibandingkan pada 31 Desember 2021 yang sebesar 32,23%. BPS juga mencatat, 2,87 juta usaha daring tersebar di seluruh provinsi. Sebanyak 1,5 juta atau 52,22% usaha daring berada di Pulau Jawa. Ini disebabkan karena Jawa memiliki pangsa pasar besar hingga infrastruktur pendukung yang memadai. Berdasarkan tingkat pendidikannya, mayoritas pelaku usaha daring di Indonesia merupakan lulusan SMA/SMK sederajat ke bawah, yakni 76,2%. Posisinya diikuti lulusan Diploma IV/S1 yang sebesar 17,14%. Berdasarkan data yang disajikan diatas, baik di Indonesia dan provinsi Jambi menunjukkan bahwa peranan mahasiswa disini tergolong masih rendah.

Sebagian besar pertumbuhan *e-commerce* ini terjadi pada paruh pertama periode tersebut, yaitu selama gelombang awal pandemi COVID-19. Pada periode tersebut, pemerintah mulai menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sehingga kesempatan untuk bepergian ke toko *offline* sangat terbatas dan pembeli tidak punya banyak pilihan selain memenuhi kebutuhan belanja mereka secara *online*. Kini dua tahun telah berlalu semenjak virus COVID-19 menyebar di Indonesia, alih-alih jatuh kembali seperti saat pembatasan kegiatan masyarakat

belum diterapkan, lalu lintas *website e-commerce* masih tetap tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa *e-commerce* ini masih belum tertinggal dan memegang peran yang penting dalam proses belanja *online* di Indonesia.

Menurut Shareef, (2008) dalam Nursakinah, (2022) pemanfaatan *e-commerce* tidak hanya dilakukan oleh seseorang yang mempunyai perusahaan besar, namun dapat dilakukan oleh semua kalangan masyarakat yang memiliki usaha untuk diperdagangkan mengenai produk yang dimilikinya baik dari usaha menengah, kecil maupun mikro yang diperdagangkan secara online melalui media jaringan internet. Bisnis online sebagai bentuk perwujudan *e-commerce*, yang mana *e-commerce* dianggap dengan melakukan sebuah proses yang dilakukan dengan saling bertukar informasi bisnis menjalin suatu hubungan bisnis dan menjalankan transaksi bisnis dengan menggunakan pemanfaatan internet.

Dalam berwirausaha *e-commerce* sangat penting karena semua kegiatan dalam berwirausaha menjadi lebih cepat, akurat, efektif dan efisien. Kehadiran internet, khususnya *e-commerce*, sangat memudahkan para pengusaha untuk berbagi (*sharing*) secara online, sehingga memudahkan penyebaran informasi kepada pengguna internet dalam skala besar dan cepat. *E-commerce* pun memiliki banyak kelebihan, seperti: mudah dijalankan, jaungkauan pasar yang lebih luas, modal yang diperlukan tidak terlalu besar, tidak memerlukan tempat fisik, waktu yang fleksibel, privasi terjaga, dan lainnya. Menurut Candra dan Dadang, (2013) perdagangan elektronik berdampak positif pada media perdagangan elektronik yang dapat memberikan data keuangan yang lebih tepat dan akurat sehingga keuangan dapat tersaji dengan sempurna. Peran *e-commerce* akan dapat membantu mahasiswa meningkatkan minat berwirausaha mereka.

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha. Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara ekspektasi pendapatan dan minat berwirausaha. Penelitian oleh Oktariani, (2021) menyatakan bahwa variabel ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha Madrasah Aliyah Pompanua. Sejalan dengan penelitian Suhartini, (2011) dan Setiyaningsih, (2017) bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Namun berbeda dengan penelitian Saputri, (2019) yang menyatakan bahwa ekspektasi

pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha Alumni Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Penelitian yang dilakukan Maisan & Nuringsih, (2021) menyatakan bahwa *E-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Tarumanegara. Sejalan dengan penelitian Rahayu, (2022) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Raden Intan Lampung angkatan 2018.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat diidentifikasi bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dan bagaimana penggunaan *e-commerce* dapat memfasilitasi pengembangan bisnis dan dapat memperkuat hubungan antara ekspektasi pendapatan dan minat berwirausaha. Individu yang memiliki harapan tinggi tentang pendapatan masa depan mereka dapat mempertimbangkan penggunaan *e-commerce* sebagai platform untuk memulai atau mengembangkan bisnis mereka dan meningkatkan peluang kesuksesan dalam berwirausaha. Serta pemilihan mahasiswa Akuntansi sebagai objek penelitian dikarenakan mahasiswa Akuntansi memiliki latar belakang pendidikan yang kuat dalam bidang keuangan, akuntansi, dan manajemen bisnis, selain itu mahasiswa Akuntansi angkatan 2019 sudah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan dan praktik kewirausahaan dimana mata kuliah tersebut dapat memotivasi dan memfasilitasi mahasiswa untuk berwirausaha, sehingga mahasiswa akuntansi angkatan 2019 sudah mendapatkan wawasan kewirausahaan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2019 dengan *E-Commerce* sebagai Variabel Mediasi”**.

1.2. Rumusan Masalah

Visi Universitas Jambi ialah “Menjadikan UNJA Sebagai A World-Class Entrepreneurship University”. Dengan visi tersebut tentunya Universitas Jambi sangat mendukung mahasiswa agar memiliki minat berwirausaha. Hal ini dibuktikan dengan adanya program mata kuliah wajib kewirausahaan dan

memfasilitasi mahasiswa dengan kegiatan-kegiatan kewirausahaan. Mahasiswa UNJA diharapkan dapat mengembangkan kemampuannya dalam berwirausaha supaya potensi untuk menjadi seorang wirausahawan di kalangan mahasiswa semakin meningkat. Peneliti berminat berwirausaha dikarenakan peneliti berharap bahwa adanya pendapatan disana. Salah satu peluang yang menarik ialah pemanfaatan *e-commerce*. Terbukti dengan aktivitas *e-commerce* seperti pembelian produk/jasa via online ialah sebanyak 90% di Indonesia. Dengan peluang *e-commerce* tersebut, minat berwirausaha mahasiswa seharusnya dapat ditingkatkan. Namun, peranan mahasiswa yang menggunakan *e-commerce* pada Provinsi Jambi masih belum maksimal. Dari latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana gambaran variabel ekspektasi pendapatan, minat berwirausaha, dan *e-commerce*?
2. Bagaimana pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap *e-commerce* pada mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2019?
3. Bagaimana pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2019?
4. Bagaimana pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2019?
5. Bagaimana pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2019 yang dimediasi *e-commerce*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan bagaimana gambaran pada variabel ekspektasi pendapatan, minat berwirausaha, dan *e-commerce*.

2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap *e-commerce* pada mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2019.
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2019.
4. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2019.
5. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2019 yang dimediasi *e-commerce*.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak diantaranya ialah sebagai berikut:

1. Manfaat Keilmuan

Penelitian ini dapat menjadi bahan kajian dalam menambah pengetahuan bagi penelitian selanjutnya tentang berbagai macam hal yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha khususnya tentang pengaruh *e-commerce* dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi tambahan dari penelitian terdahulu mengenai minat berwirausaha khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dan bagaimana penggunaan *e-commerce* dapat memfasilitasi pengembangan bisnis dan dapat memperkuat hubungan antara ekspektasi pendapatan dan minat berwirausaha mahasiswa. Selain itu, institusi pendidikan dan lembaga yang terkait dengan pengembangan wirausaha juga dapat emempertimbangkan untuk memberikan pelatihan dan pendidikan tentang penggunaan *e-commerce* bagi calon wirausahawan.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi untuk memperluas pengetahuan maupun pembandingan dalam penelitian atau penulisan karya ilmiah, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha dan bagaimana penggunaan *e-commerce* dapat memfasilitasi pengembangan bisnis dan dapat memperkuat hubungan antara ekspektasi pendapatan dan minat berwirausaha mahasiswa.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan kondisi yang terjadi di lapangan dan untuk menambah pengalaman dalam melakukan penelitian terkait dengan judul yang diangkat. Serta sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.