

SKRIPSI

PENGARUH *E-COMMERCE*, ORIENTASI PASAR, DAN EKPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI KABUPATEN PIDIE



Disusun Oleh:

**MUHAMMAD HAIKAL
NIM: 200604075**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025 M/1446 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Haikal
NIM : 200604075
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya :

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 20 Mei 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Haikal

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh *E-Commerce*, Orientasi Pasar, Dan Ekpektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Di Kabupaten Pidie

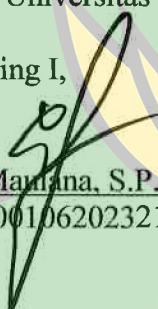
Disusun oleh:

Muhammad Haikal

NIM: 200604075

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan
formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh

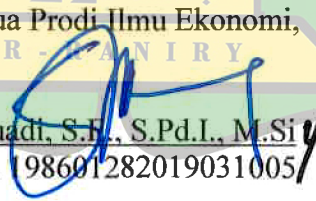
Pembimbing I,


Hafiizh Maulana, S.P., S.HI., M.E
NIP. 19900106202321211015

Pembimbing II,


Jalilah, S.HI., M.Ag
NIP. 198806082023212040

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Ekonomi,


Ismuadi, S.F., S.Pd.I., M.Si
NIP. 198601282019031005

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh *E-Commerce*, Orientasi Pasar, Dan Ekpektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Di Kabupaten Pidie

Muhammad Haikal

NIM: 200604075

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi **Strata Satu (S1)** dalam Bidang Ilmu
Ekonomi

Pada Hari/Tanggal : Selasa, 20 Mei 2025 M
22 Dzulqa'idah 1446 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,


Hafizh Maulana, S.P., S.HI., M.E
NIP. 19900106202321211015

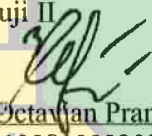
Sekretaris,


Jalilah, S.HI., M.Ag
NIP. 198806082023212040

Penguji I,


Marwiyati, S.E., MM
NIP. 197410152006041002

Penguji II


Eka Octavian Pranata, S.E., M.Si
NIP. 199810092024031001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,


Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Haikal

NIM : 200604075

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi

E-mail : 200604075@student-ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☒ Tugas Akhir ☐ KKK ☐ Skripsi ☐

Yang berjudul:

Pengaruh *E-Commerce*, Orientasi Pasar, Dan Ekpektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Di Kabupaten Pidie

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

☐ Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 20 Mei 2025

Mengetahui,

Penulis,

Muhammad Haikal

NIM. 200604075

Pembimbing I,

Hafizh Maulana, S.P., S.HI., M.E

NIP. 19900106202321211015

Pembimbing II,

Jalilah, S.HI., M.Ag

NIP. 198806082023212040

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh E-Commerce, Orientasi Pasar, Dan Ekpektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Di Kabupaten Pidie”. Tidak lupa pula, shalawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini. Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar- Raniry Banda Aceh.
2. Ismuadi. SE, S.Pd.I., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu

Ekonomi dan Ulya Azra, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi.

3. Hafiih Maulana, S.P., S.H.I., M.E sebagai ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta selaku pembimbing I penulis.
4. Jalilah, S.H., M.Ag. selaku Pembimbing II yang telah sangat banyak meluangkan waktu, masukan, saran dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ulya Azra M. Si selaku dosen Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan nasehat dan motivasi terbaik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Ekonomi serta segenap dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan arahan kepada penulis.
6. Orang tua yang penulis yang sangat saya cintai, Ayahanda Hasbi dan Ibu Cut Darmanisah yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat serta dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai, juga kepada keluarga semua yang tak henti-hentinya memberikan motivasi, nasehat, cinta dan perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Terkhusus kepada sahabat-sahabat saya dari KEUMALA PARTY, Hafidh, Aqil, Ekal, Cut Mai, Pina, Pija, Cut Aqil dan sahabat lainnya yang telah meberikan dorongan semangat juga memberikan dukungan penuh selama proses penyusunan skripsi ini.

8. Terkhusus juga untuk semua sahabat saya Febri, Zaki, Sayed, Yuda, Sujja, Ikram, Baihaqi, Alwi, Ira zahrina, Farhan, Daniel, Oya, Radja dan semua kawan-kawan seangkatan juga rekan-rekan kerja di New Normal. Semoga mereka selalu dalam lindungan Allah swt. dan juga dimudahkan semua keinginan dan cita-cita
9. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Nur Farah Fazira S. Sos. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, terimakasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan karya ini, selalu mendukung memberikan semangat, dorongan, nasehat untuk penulis.
10. *Last but not least “I want to thank me. I want to thank me for believing in me. I want to thank me for doing all this hard work. I want to thank me for having no days off. I want to thank me for never quitting. I want to thank me for always being a giver, and trying to give more than I receive. I want to thank me for trying to do more right than wrong. I want to thank me for just being me at all times”.*

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah

SWT. Amin Ya Rabbal'alamin.

Banda Aceh, 16 April 2025

Muhammad Haikal



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor:158 Tahun1987 –Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ž	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauila*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اَ / ِي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / ِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / ِي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ :*qāla*

رَمَى :*ramā*

قِيلَ :*qīla*

يَقُولُ :*yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/*
al-Madīnatul Munawwarah

طَلْحَة : *Talhah*

Catatan:

Modifikasi

- Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
- Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
- Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Muhammad Haikal
Nim : 200604075
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu
Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh *E-Commerce*, Orientasi
Pasar, Dan Ekpektasi Pendapatan
Terhadap Minat Berwirausaha Pada
Generasi Z Di Kabupaten Pidie
Pembimbing I : Hafiizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E.
Pembimbing II : Jalilah, S.HI, M.Ag.

Generasi Z merupakan generasi yang sangat akrab dan paham dengan teknologi serta memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha berbasis digital. Generasi Z merupakan kelompok usia yang tumbuh di era digital dan cenderung responsif terhadap perkembangan teknologi serta peluang usaha online. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Penelitian ini menganalisis pengaruh *e-commerce*, orientasi pasar, dan ekpektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z di Kabupaten Pidie dengan pendekatan kuantitatif pada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce*, orientasi pasar, dan ekpektasi pendapatan secara parsial berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada Generasi Z di Kabupaten Pidie. Secara simultan, ketiga variabel memengaruhi minat berwirausaha dengan kontribusi sebesar 84,1%, sementara 15,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *E-Commerce, Orientasi Pasar, Ekpektasi Pendapatan, Minat Berwirausaha, Generasi Z.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Masalah	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	13
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 15
2.1 Minat Berwirausaha	15
2.1.1 Pengertian Minat Berwirausaha.....	15
2.1.2 Indikator Minat Berwirausaha	18
2.1.3 Manfaat dan Tujuan Minat Berwirausaha.....	21
2.1.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha	22
2.1.5 Karakteristik Kewirausahaan.....	24
2.2 E-Commerce	26
2.2.1 Pengertian E-Commerce.....	26
2.2.2 Indikator E-commerce	27
2.2.3 Klasifikasi Pembagian E-commerce.....	30
2.2.4 Manfaat E-Commerce Bagi Bisnis dan Konsumen	32
2.3 Orientasi Pasar	34
2.3.1 Definisi Orientasi Pasar	34
2.3.2 Indikator Orientasi Pasar	36

2.4	Ekspektasi Pendapatan	38
2.4.1	Pengertian Ekspektasi Pendapatan	38
2.4.2	Indikator Ekspektasi Pendapatan	40
2.4.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspektasi Pendapatan	42
2.4.4	Jenis-jenis Pendapatan	43
2.5	Penelitian Terdahulu	44
2.6	Keterkaitan Antar Variabel	48
2.6.1	Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha	48
2.6.2	Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Minat Berwirausaha	49
2.6.3	Pengaruh Ekpektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha	50
2.7	Kerangka Berpikir	51
2.8	Hipotesis	52
BAB III METODELOGI PENELITIAN		54
3.1	Desain Penelitian	54
3.2	Jenis dan Sumber Data	54
3.3	Populasi dan Sampel	55
3.4	Teknik Pengumpulan Data	57
3.5	Variabel Penelitian	58
3.6	Uji Instrumen Penelitian	61
3.6.1	Uji Validitas	61
3.6.2	Uji Reabilitas	61
3.7	Uji Asumsi Klasik	62
3.7.1	Uji Normalitas	62
3.7.2	Uji Multikonearitas	63
3.7.3	Uji Heteroskedastitas	64
3.8	Analisis Regresi Linear Berganda	64
3.9	Pengujian Hipotesis	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		69
4.1	Karakteristik Responden Penelitian	69
4.1.1	Karakteristik Responden	69
4.1.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	72
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	77
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	78

4.3.1 Uji Validitas.....	78
4.3.2 Uji Reabilitas	79
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	80
4.4.1 Uji Normalitas	80
4.4.2 Uji Multikolinieritas	81
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	82
4.5 Hasil Penelitian	83
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	83
4.7 Hasil Uji Hipotesis	85
4.7.1 Uji Parsial (Uji t).....	85
4.7.2 Uji Simultan (Uji F)	86
4.7.3 Uji Determinasi (Uji R^2).....	86
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	87
4.8.1 Pengaruh <i>E-Commerce</i> Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Di Kabupaten Pidie	87
4.8.2 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Di Kabupaten Pidie	89
4.8.3 Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Di Kabupaten Pidie	91
4.8.4 Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Di Kabupaten Pidie	93
BAB V PENUTUP	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 PenelitianTerkait.....	45
Tabel 3. 1 Instrument skala likert	58
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	59
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Karakteristik Jenis Kelamin	69
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Karakteristik Usia	70
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Kecamatan.....	71
Tabel 4. 4 Distribusi Tanggapan Responden Terhadap E- Commerce	72
Tabel 4. 5 Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Orientasi Pasar	74
Tabel 4. 6 Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Ekspektasi Pendapatan	75
Tabel 4. 7 Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Minat Berwirausaha.....	76
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif.....	77
Tabel 4. 9 Tabel Uji Validitas	78
Tabel 4. 10 Uji Reabilitas	79
Tabel 4. 11 Tabel Uji Normalitas	80
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	81
Tabel 4. 13 Hasil Penelitian Berdasarkan Uji Analisis Regresi, Uji t, Uji F, dan Uji R ²	83

A R - R A N I R Y

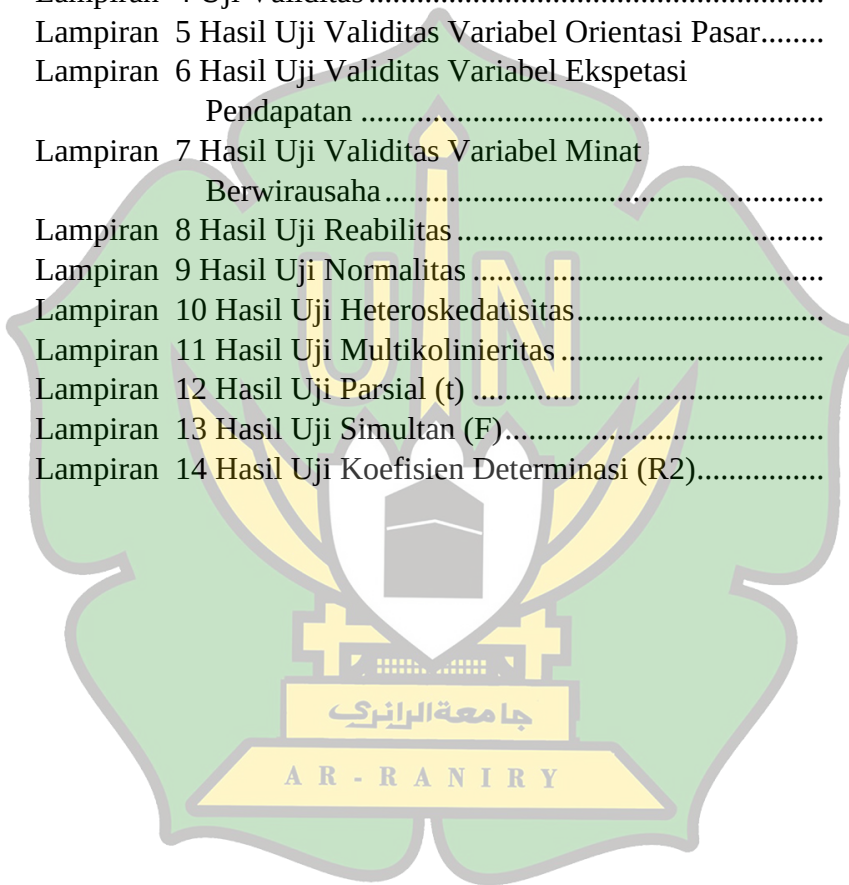
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Kuesioner	101
Lampiran 2 Tabulasi Angket	103
Lampiran 3 Deskripsi Statistik	105
Lampiran 4 Uji Validitas	105
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Pasar.....	105
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel Ekspetasi Pendapatan	106
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha	107
Lampiran 8 Hasil Uji Reabilitas	108
Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas	109
Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	109
Lampiran 11 Hasil Uji Multikolinieritas	110
Lampiran 12 Hasil Uji Parsial (t)	110
Lampiran 13 Hasil Uji Simultan (F).....	111
Lampiran 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	111



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki potensi demografi yang sangat besar, yang merupakan salah satu kekuatan utama dalam pembangunan ekonomi dan sosial negara. Dengan jumlah penduduk yang mencapai lebih dari 281,2 juta jiwa (BPS 2023), Indonesia menempati urutan keempat sebagai negara terpadat di dunia. Struktur demografi yang didominasi oleh usia produktif, yaitu antara 15 hingga 64 tahun, memberikan peluang yang sangat signifikan untuk pengembangan sumber daya manusia. Kelebihan demografi ini dapat dimanfaatkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan produktivitas tenaga kerja. Generasi muda, terutama yang termasuk dalam kategori milenial dan generasi z memiliki semangat dan kreativitas yang tinggi, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan. Dengan akses yang lebih baik terhadap pendidikan dan teknologi, mereka dapat berkontribusi serta berinovasi dalam wirausaha. Lebih jauh lagi, potensi demografi ini juga menciptakan peluang untuk meningkatkan partisipasi dalam kegiatan ekonomi. Dalam konteks globalisasi dan kemajuan teknologi, generasi muda Indonesia dapat mengakses informasi dan sumber daya dengan lebih mudah, yang memungkinkan mereka untuk berinovasi dalam berbagai bidang. Hal ini tidak hanya akan berkontribusi pada penguatan perekonomian lokal, tetapi juga dapat mengangkat posisi Indonesia di kancah global. Oleh karena itu, penting untuk

memanfaatkan potensi demografi yang ada dengan strategi yang tepat, termasuk pengembangan kebijakan yang mendukung wirausaha muda. Dengan fokus yang tepat, Indonesia dapat mengubah tantangan demografi menjadi peluang yang bermanfaat bagi seluruh masyarakat (Fitri, 2023).

Generasi z, merupakan individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yaitu kelompok yang terlahir dalam era perkembangan digital yang semuanya saling terhubung. Tumbuh di tengah perkembangan teknologi yang berkembang pesat, generasi z memiliki cara pandang yang unik terhadap dunia, serta mengembangkan keterampilan dan minat yang lebih bagus, terutama dalam hal kewirausahaan. Sebagai generasi yang melek teknologi dan terbiasa dengan internet serta platform digital, generasi z memiliki potensi besar untuk berinovasi dan mengeksplorasi peluang usaha yang belum pernah ada sebelumnya. Ketersediaan teknologi yang mudah diakses, seperti aplikasi berbasis internet, membuka akses bagi mereka untuk memulai suatu bisnis usaha tanpa batasan geografis yang signifikan. Platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan marketplace online memberikan peluang kepada Generasi z untuk mengembangkan usaha dengan modal yang relatif kecil dan potensi pasar yang sangat luas. Dalam beberapa tahun terakhir, terlihat peningkatan signifikan dalam jumlah wirausahawan muda yang berasal dari generasi ini, dengan memanfaatkan teknologi untuk menciptakan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan zaman. Perkembangan teknologi

informasi dan komunikasi yang semakin maju telah membawa perubahan besar dalam hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia bisnis dan kewirausahaan. Di era digital ini, pemanfaatan teknologi melalui media sosial, website, dan platform digital lainnya telah mengubah paradigma dalam berbisnis, terutama dalam hal pemasaran produk dan layanan. E-commerce atau pemasaran elektronik menjadi salah satu inovasi yang sangat relevan dan efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. E-commerce menawarkan berbagai alat dan teknik yang memungkinkan pelaku bisnis untuk mempromosikan produk secara online, menjalin hubungan dengan pelanggan, dan mengembangkan bisnis mereka dalam ruang lingkup yang lebih global (Arianto, 2021).

Kewirausahaan memiliki peranan yang sangat penting dalam mengurangi angka pengangguran serta memberikan dampak positif terhadap perekonomian suatu negara. Dengan hadirnya wirausahawan, tercipta lapangan pekerjaan baru, kualitas hidup masyarakat meningkat, dan pendapatan masyarakat bisa lebih merata. Selain itu, kewirausahaan juga berperan dalam mengembangkan sumber daya yang ada. Seorang wirausahawan adalah individu yang berani memecah permasalahan ekonomi dengan memperkenalkan produk dan jasa baru, menciptakan struktur organisasi yang inovatif, serta mampu mengolah bahan baku dengan cara yang berbeda. Wirausahawan juga mampu melihat peluang yang ada di pasar dan memanfaatkannya dengan mendirikan usaha

atau organisasi baru. Dengan kreativitas dan inovasi, mereka mengembangkan produk atau ide yang segar dan membangun bisnis yang memiliki konsep baru yang lebih relevan dengan kebutuhan zaman (Agusmiati, 2018).

Wirausaha memiliki berbagai manfaat, antara lain dapat memberikan dorongan semangat serta motivasi bagi seseorang untuk mencapai tujuan yang sebelumnya tampak sulit untuk di gapai. Selain itu, wirausaha juga mampu membantu seseorang untuk bekerja lebih terorganisir, sistematis, dan fokus dalam meraih impian-impian mereka. Wirausaha dapat menjadi sumber inspirasi bagi banyak orang bahwa setiap masalah yang muncul memiliki potensi untuk menjadi peluang bisnis yang dapat dikembangkan. Tak kalah penting, kewirausahaan juga dapat mengurangi beban negara dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Perkembangan suatu negara dapat dilihat dari banyaknya tenaga kerja yang terdidik serta berkurangnya jumlah pengangguran, oleh karena itu, keberadaan dunia wirausaha sangat penting. Pembangunan nasional akan lebih mudah berkembang jika didukung oleh para wirausahawan yang dapat membuka peluang kerja dan menyerap tenaga kerja, karena kemampuan pemerintah dalam menyerap tenaga kerja sangat terbatas. Kegiatan wirausaha menjadi potensi besar dalam pembangunan, baik dari segi jumlah maupun kualitas wirausahawan itu sendiri (Siregar, 2022).

Minat berwirausaha merupakan suatu dorongan psikologis yang mendorong individu untuk fokus dan mengerjakan suatu hal

dalam bidang kewirausahaan, dengan perasaan senang dan percaya diri bahwa usaha tersebut akan memberikan manfaat bagi dirinya. Minat ini dapat terlihat dari kesediaan seseorang untuk bekerja keras dan bertekad untuk mencapai suatu tujuan kemajuan dalam usaha yang dijalankan, serta kemampuan untuk menghadapi dan menanggung berbagai risiko yang melekat pada aktivitas kewirausahaan. Selain itu, individu yang memiliki minat berwirausaha juga akan selalu bersedia untuk belajar dan meningkatkan keterampilan guna mengembangkan usaha yang dijalanannya. Untuk mendorong pertumbuhan industri dan mengurangi angka pengangguran, pengembangan minat berwirausaha menjadi hal yang sangat penting. Minat ini memiliki peran kunci dalam memulai dan menjalankan usaha, karena individu yang tertarik dan bersemangat terhadap suatu bidang akan lebih fokus, berkomitmen, serta lebih cenderung untuk memberi perhatian lebih demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan semua hal yang telah diterapkan tersebut pasti akan menghasilkan kinerja yang optimal dan kemajuan yang signifikan dalam usaha yang akan dijalankan. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi minat berwirausaha seseorang, yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal mencakup pengaruh dari luar, seperti peluang yang tersedia di dunia digital dan e-commerce, yang memberi akses mudah untuk memulai usaha. Sementara itu, faktor internal berhubungan dengan aspek pribadi, seperti karakteristik kepribadian, motivasi, serta

ekspektasi terhadap pendapatan yang akan diperoleh dari usaha tersebut (Jefry, 2023).

Minat berwirausaha di kalangan generasi z menunjukkan perkembangan yang positif. Banyak dari mereka yang memiliki keinginan kuat untuk menjadi wirausahawan, terutama dalam sektor digital dan teknologi. Hal ini juga timbul karena kesadaran yang semakin tinggi di kalangan generasi z tentang peluang kesuksesan kewirausahaan yang dapat diwujudkan melalui platform digital yang ada. Banyak wirausahawan muda dari kalangan generasi z yang memilih untuk memulai bisnis dengan memanfaatkan media sosial, marketplace digital, dan berbagai aplikasi berbasis internet untuk memasarkan produk mereka. Mereka juga memanfaatkan berbagai platform e-commerce dan digital marketing tools untuk mendapat relasi yang lebih luas, menciptakan interaksi langsung dengan pelanggan, serta memperoleh umpan balik secara nyata dan pasti (Akmalia, 2024).

Meskipun minat berwirausaha di kalangan generasi z terbilang tinggi, kenyataannya banyak faktor yang memengaruhi apakah mereka akan berhasil atau gagal dalam memulai suatu bisnis usaha yang akan di jalankan. Salah satu kunci utama yang mempengaruhi adalah literasi digital dan pemahaman serta adopsi terhadap e-commerce, yaitu sejauh mana mereka dapat memanfaatkan berbagai platform digital secara efektif untuk menjual serta memasarkan produk dan layanan mereka. Adopsi e-commerce bukan hanya sebatas penggunaan alat pemasaran digital,

tetapi mencakup pemahaman yang mendalam mengenai strategi pemasaran digital yang baik. Penggunaan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, serta aplikasi e-commerce seperti Shopee dan lainnya, menawarkan kesempatan besar bagi seorang wirausaha, dengan ketentuan adanya pemahaman yang baik mengenai cara menjangkau dan menyentuh pasar yang diinginkan, membangun branding dan relasi yang kuat, serta cara berinteraksi yang baik dengan konsumen (Nabila, 2024).

Orientasi pasar juga merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan dan kemajuan berwirausaha. Orientasi pasar ini berfokus pada pemahaman yang mendalam mengenai kebutuhan, preferensi, dan perilaku konsumen. Generasi z, sebagai generasi yang lebih sadar akan isu-isu sosial dan lingkungan, memiliki kecenderungan untuk lebih memilih produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional mereka, tetapi juga yang selaras dengan nilai-nilai yang mereka pegang. Produk yang ramah lingkungan, inovatif dan mendukung keberlanjutan menjadi hal yang sangat penting bagi banyak konsumen generasi z. Oleh karena itu, wirausahawan muda yang berasal dari generasi z harus memiliki kemampuan untuk memahami dan merespons perubahan perilaku konsumen ini dengan strategi pemasaran yang tepat. Tanpa orientasi pasar yang baik, mereka mungkin akan kesulitan dalam menciptakan produk atau layanan yang dapat diterima oleh audiens yang mereka tuju, meskipun mereka sudah memanfaatkan e-marketing dengan maksimal (Jyaningrum, 2017)

Bagi sebagian generasi z, ekspektasi pendapatan juga termasuk salah satu faktor utama yang mendorong mereka untuk memulai suatu bisnis usaha. Sebagai generasi yang tumbuh dalam kondisi ekonomi yang tidak menentu, dengan biaya hidup yang semakin hari semakin meningkat serta peluang kerja yang terbatas, banyak dari mereka melihat kewirausahaan sebagai jalan keluar untuk meraih kebebasan finansial. Dalam era digital ini, generasi z sering kali melihat kisah sukses pengusaha muda yang berhasil meraih keuntungan besar dalam waktu yang relatif singkat melalui platform online, seperti influencer, youtuber, atau penjual online. Ekspektasi yang tinggi terhadap pendapatan ini dapat menjadi motivasi kuat untuk memulai suatu bisnis usaha, namun di sisi lain, ekspektasi yang tidak realistis juga dapat menimbulkan kekecewaan jika bisnis yang dijalankan tidak memberikan hasil yang diharapkan. Kehadiran teknologi dan akses mudah terhadap informasi, telah memberikan generasi z harapan untuk mendapatkan hasil yang cepat. Namun, mereka juga harus menyadari bahwa kewirausahaan digital tetap menghadapi tantangan besar, seperti ketatnya persaingan, perubahan algoritma platform digital, dan permintaan pasar yang tak terduga. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami sejauh mana ekspektasi pendapatan ini mempengaruhi keputusan mereka dalam memulai usaha dan bagaimana mereka bisa menyesuaikan harapan mereka dengan realita yang ada di dunia wirausaha (Hadyastiti, 2020).

Adapun fokus penelitian ini adalah pada generasi z di kabupaten Pidie, alasan pemilihan pabupaten Pidie sebagai lokasi penelitian ini didasarkan pada beberapa faktor yang sangat relevan dengan minat berwirausaha di daerah tersebut. Pidie dikenal sebagai kabupaten yang memiliki tradisi kewirausahaan yang kuat, terutama di sektor perdagangan. Banyak masyarakat Pidie yang terlibat dalam usaha kecil dan menengah hingga sektor kelas atas sekalipun, baik yang bersifat lokal maupun yang telah berkembang ke pasar lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan telah menjadi bagian dari budaya ekonomi masyarakat setempat. Selain itu, sebagian masyarakat di kabupaten Pidie memiliki etos kerja yang tinggi, di mana banyak individu masyarakat, terutama generasi muda, yang tertarik untuk memulai usaha sebagai alternatif meningkatkan taraf hidup. Keberadaan pasar tradisional yang ramai dan potensi sektor pertanian yang besar memberikan peluang besar bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha berbasis sumber daya lokal. Dukungan dari pemerintah daerah juga terlihat dalam berbagai program yang mendorong pengembangan wirausaha, seperti pelatihan, pemerataan sumber daya bantuan serta pembiayaan yang diberikan. Dengan adanya tradisi bisnis yang kuat dan dukungan yang cukup dari berbagai pihak, kabupaten Pidie menjadi tempat yang tepat untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha, khususnya di kalangan masyarakat muda. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana tradisi kewirausahaan di Pidie dapat menginspirasi

generasi berikutnya untuk lebih berani dalam memulai dan mengembangkan usaha mereka (Azzahra, 2022).

Berdasarkan pembahasan dan fenomena yang telah disebutkan di atas, minat berwirausaha generasi muda terkhususnya generasi z sangat menarik untuk diteliti, karena hal tersebut masih banyak di dapati dalam kehidupan bermasyarakat terutama di kabupaten Pidie yang di kenal dengan banyaknya wirausaha, maka peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai **“PENGARUH E-COMMERCE, ORIENTASI PASAR, DAN EKPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI KABUPATEN PIDIE”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan tersebut maka penulis akan mengambil beberapa rumusan masalah yang akan di kaji dalam penulisan skripsi ini. Adapun permasalahan yang akan di kaji adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh e-commerce terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Kabupaten Pidie?
2. Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Kabupaten Pidie?
3. Bagaimana pngaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Kabupaten Pidie?

4. Bagaimana pengaruh e-commerce, orientasi pasar, dan ekpektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Kabupaten Pidie?

1.3 Tujuan Masalah

Dengan adanya rumusan masalah di atas peneliti mempunyai tujuan yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh e-commerce terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Kabupaten Pidie.
2. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Kabupaten Pidie.
3. Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Kabupaten Pidie.
4. Untuk mengetahui pengaruh e-commerce, orientasi pasar, dan ekpektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha pada generasi z di Kabupaten Pidie.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa yang bersifat teori dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mahasiswa khususnya dalam bidang ekonomi syariah. Selain itu, penelitian juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya

mengenai pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha generasi z.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat mendapat gelar sarjana Ilmu Ekonomi di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan juga untuk menambah pengetahuan serta pengalaman penulis agar dapat mengembangkan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan. Selain itu penulis dapat membandingkan antara teori yang diajarkan di dunia kampus dan praktek yang terjadi di lapangan.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau pengetahuan tambahan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat kewirausahaan generasi z.

c. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan referensi bagi para akademisi dan juga dapat menjadi landasan perbandingan dalam penelitian di masa yang akan datang.

d. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada mahasiswa dalam melakukan penelitian tentang faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha terkhususnya generasi muda sekarang. Selain itu, dapat memberikan masukan tentang pentingnya berwirausaha untuk kemajuan eserta

pertumbuhan perekonomian juga untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang mencukupi untuk semua kalangan masyarakat.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam mengikuti penelitian ini, maka sistematika pada pembahasan disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai pendahuluan yang merupakan gambaran umum penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan kerangka teori dan landasan teori serta pengembangan hipotesis yang terdiri dari teori, penelitian terkait, keterkaitan antar variabel, serta hipotesis penelitian.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian desain penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrument penelitian dan teknik pengukuran, uji coba instrument dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan hasil dan pembahasan yang akan menjelaskan deskripsi temuan dan pembahasan data hasil penelitian sesuai dengan metode yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari pembahasan skripsi yang memuat kesimpulan dan saran- saran dari hasil penelitian yang diharapkan bisa memberikan manfaat bagi penulis dan pihak yang berkepentingan.

