

## **PENGARUH KREATIVITAS DAN PENGGUNAAN MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA ADMINISTRASI NIAGA POLITEKNIK NEGERI MEDAN**

**Monika Pangaribuan<sup>1</sup>, Ngalemisa Br Barus<sup>2</sup>, Jhon Sihar Manurung<sup>3</sup>**

Manajemen Bisnis<sup>1,2,3</sup>, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan

monikapangaribuan@students.polmed.ac.id<sup>1</sup>, ngalemisabarus@student.polmed.ac.id<sup>2</sup>,

johnsihar@polmed.ac.id<sup>3</sup>

### **ABSTRAK**

Kewirausahaan merupakan nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan mengembangkan usaha. Minat berwirausaha tidak akan muncul begitu saja, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha diantaranya yaitu kreativitas. Selain itu, dengan perkembangan teknologi yang ada, tersedia berbagai marketplace yang dapat digunakan sebagai tempat jual beli barang secara Online, salah satu marketplace yang sedang populer di Indonesia adalah aplikasi marketplace Shopee. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kreativitas dan penggunaan marketplace Shopee terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 93 responden. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan program SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji regresi untuk Kreativitas ( $X_1$ ), penggunaan Marketplace Shopee ( $X_2$ ), berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha ( $Y$ ). Dari hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa kreativitas dan penggunaan marketplace Shopee mempengaruhi minat berwirausaha sebesar 61.7% dan sisanya 38.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** Kreativitas, Marketplace, Shopee, Minat Berwirausaha

### **PENDAHULUAN**

Masalah pengangguran menjadi tantangan besar di Indonesia dan hingga saat ini masih sulit untuk diatasi. Hal ini disebabkan oleh jumlah penduduk yang besar dan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat, namun tidak disertai bertambahnya lapangan pekerjaan. Mahasiswa yang duduk di perguruan tinggi mulai dari semester awal hingga akhir memiliki kecenderungan ingin bekerja di perusahaan milik orang lain atau menjadi pegawai yang dikarenakan kreativitas dan keberanian diri untuk menciptakan lapangan kerja yang baru masih sangat kurang. Selain itu, gaji yang besar dan status sosial juga menjadi alasan lainnya mengapa masih banyak orang yang memilih untuk bekerja menjadi pegawai orang lain. Dalam berwirausaha, kreativitas wirausaha seseorang juga dipandang sebagai hal yang sangat penting karena aktivitas bisnis sangat memerlukan orang-orang kreatif dan cepat tanggap terhadap setiap perubahan.

Selain kreativitas, pemanfaatan marketplace dapat menjadi salah satu faktor yang dapat menimbulkan rasa berwirausaha seseorang. Marketplace merupakan model bisnis baru yang berkembang seiring pesatnya perkembangan infrastruktur teknologi informasi. Marketplace ini dirancang untuk meminimalisir proses bisnis yang kompleks sehingga tercipta efisiensi dan efektifitas. Dengan adanya Marketplace tersebut setiap orang dapat melakukan aktivitas jual beli dengan mudah, cepat dan murah karena tidak ada batas ruang, jarak dan waktu. Salah satu aplikasi marketplace yang paling berpengaruh di Indonesia adalah marketplace Shopee.

Dengan adanya marketplace seperti Shopee diharapkan mahasiswa dan generasi muda lainnya dapat memanfaatkannya sebagai ladang berwirausaha. Dengan demikian marketplace akan dapat mengurangi angka pengangguran Indonesia dan akan ada banyak lapangan kerja baru di era milenial ini, dimana segala kegiatan dapat dilaksanakan hanya melalui media elektronik seperti gadget. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kreativitas Dan Penggunaan Marketplace Shopee Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan”**.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kreativitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan?
2. Apakah penggunaan Marketplace Shopee berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan?
3. Apakah Kreativitas dan penggunaan Marketplace Shopee berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan?

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.
2. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan marketplace Shopee terhadap Minat berwirausaha mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kreativitas dan penggunaan marketplace Shopee terhadap minat berwirausaha mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.

Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa penelitian terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Penelitian yang dilakukan oleh Intan Agustini Dahlan tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berprestasi Terhadap Self Efficacy Yang Berimplikasi Pada Minat Berwirausaha Peserta Didik Smk Multi Vocational Platform Ars Internasional Bandung (Studi Pada Kelas Xi Jurusan Rekayasa Perangkat Lunak, Teknik Komputer Jaringan, Keuangan, Jasa Boga, Pariwisata Dan Otomotif Tahun Ajaran 2016/2017)” menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial maupun simultan baik secara langsung maupun tidak langsung dari pengetahuan kewirausahaan dan motivasi berprestasi terhadap *self efficacy*.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuyu Tresnawati Septiani tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Pengrajin Sepatu Kulit Di Sukaregang Kabupaten Garut (Survei Pada Pengrajin Sepatu Kulit Di Sukaregang)” menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan kreativitas dan inovasi terhadap kinerja usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Azari Nasution tahun 2019 yang berjudul “Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan kreativitas kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa manajemen ekstensi 2014 – 2015 universitas sumatra utara (usu)” menunjukkan hasil bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan dan kreativitas kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dan Pengetahuan kewirausahaan ( $X_1$ ) dan kreativitas kewirausahaan ( $X_2$ ) secara serentak mempengaruhi minat berwirausaha ( $Y$ ).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Minat Berwirausaha**

Menurut Rosmiati, Junias & Munawar Kirana, et,al (2018:5) Minat berwirausaha merupakan keinginan, keterkaitan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan risiko dari kegagalan yang di alami.

Sedangkan Mahesa & Rahardja dalam Kirana, et,al (2018:5), menguraikan Minat berwirausaha merupakan kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang di ciptakan nya sendiri”.

Indikator dari Minat Berwirausaha menurut Bhandari dalam Dahlan (2017:64) adalah sebagai berikut :

- a. Harga diri  
Harga diri merupakan penilaian individu terhadap dirinya sendiri.
- b. Tantangan pribadi  
Tantangan pribadi adalah suatu hal atau upaya yang bertujuan untuk menggugah kemampuan diri sendiri.
- c. Keinginan menjadi bos  
Beberapa orang memiliki keinginan untuk menjadi bos dan memiliki usahanya sendiri, mereka tidak suka bekerja di perusahaan atau bekerja pada orang lain dikarenakan tidak ingin diatur saat bekerja dan tidak ingin merasa terikat pada pekerjaan yang mereka lakukan.
- d. Inovasi  
Inovasi merupakan suatu kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan.
- e. Kepemimpinan  
Kepemimpinan merupakan kemampuan seseorang untuk mempengaruhi orang lain sehingga orang lain tersebut dengan sukarela mau melaksanakan kegiatan bersama dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan.
- f. Fleksibilitas  
Alasan dari seseorang ingin menjadi seorang bos atau pemimpin dikarenakan ingin memiliki pekerjaan yang fleksibel dan tidak terikat sesuatu.
- g. Keuntungan  
Seseorang memiliki usaha sendiri karena mereka rasa keuntungan yang akan mereka hasilkan lebih memuaskan apabila mereka bekerja kepada orang lain.

### **Kreativitas**

Menurut Dollinger dalam Maskan (2018:198) Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristik daripada algoritmik. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kreativitas dalam berwirausaha merupakan suatu dorongan yang alami dari dalam diri seseorang untuk memberi warna, konsep penampilan maupun tata cara yang berbeda pada produk yang dihasilkannya dengan tujuan agar lebih menarik minat pasar ditengah persaingan.

Menurut Alma dalam Isma, et,al (2020) Kreativitas Wirausaha merupakan kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur variabel data variabel yang sudah ada sebelumnya. Machfoedz dalam Isma (2020) menyatakan bahwa kreativitas dibedakan dalam dua klasifikasi yakni kreativitas eksternal dimana dapat didorong dengan melatih rasa keingintahuan dan kreativitas internal yaitu ide yang melintas tiba-tiba dalam pemikiran.

Indikator dari kreativitas menurut Hadiyati dalam Septiani (209:32-33) adalah sebagai berikut :

- a. Ingin Tahu  
Seseorang yang memiliki jiwa kreativitas yang tinggi akan memiliki rasa ingin tahu yang besar.
- b. Optimis  
Seseorang yang memiliki jiwa kreativitas yang tinggi selalu optimis akan apa yang mereka kerjakan dan selalu percaya kepada kemampuan mereka sendiri.
- c. Fleksibel  
Seseorang yang memiliki jiwa kreativitas yang tinggi memiliki pemikiran yang luas, dapat menerima perubahan serta saran atau kritik dari orang lain.
- d. Mencari Solusi  
Apabila mengalami sebuah masalah atau kendala seseorang yang memiliki jiwa kreativitas yang tinggi akan mencari solusi yang baik dengan melakukan pertimbangan-pertimbangan penting agar masalah tersebut dapat diatasi dengan baik.
- e. Berani Mengambil Risiko  
Seseorang yang memiliki jiwa kreativitas yang tinggi selalu berani mengambil risiko dengan ide-ide baru.

## Marketplace Shopee

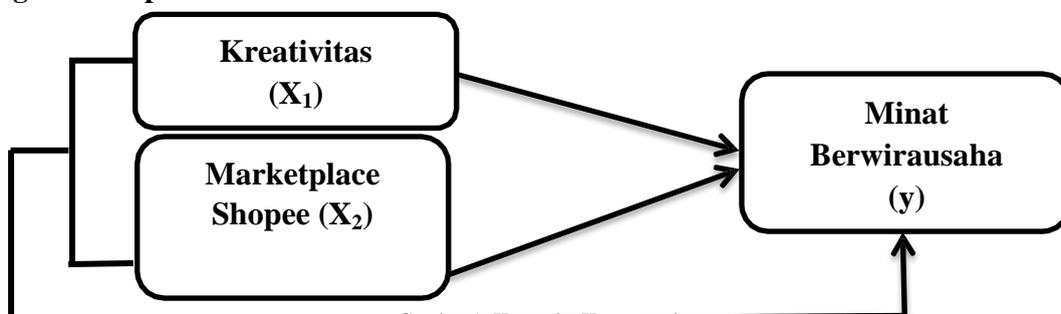
Menurut Putra dalam Apriadi, et,al (2017:132), Marketplace merupakan media online berbasis internet (web-based) yang digunakan sebagai tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar.

Simanjuntak (2019:6) mengatakan Shope adalah sebuah marketplace online yang dimiliki oleh PT. Garena Indonesia yang digunakan sebagai proses jual beli melalui ponsel dengan konsep social media shopping. Shopee menawarkan berbagai macam produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk memberikan kemudahan kepada penggunanya dalam melakukan kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer.

Menurut Linggo (201:33) dimensi marketplace adalah sebagai berikut :

- Perspektif komunikasi  
Marketplace merupakan pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan computer atau sarana elektronik lainnya.
- Perspektif proses bisnis:  
Marketplace merupakan aplikasi teknonogi menuju otomisasi transaksi dan aliran perusahaan.
- Perspektif layanan:  
Marketpace merupakan salah satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajenen dalam memangkas service cost ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.
- Perspektif online:  
Marketplace berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa online lainnya.

## Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual  
Sumber: data diolah peneliti (2021)

## Hipotesis

H<sub>0</sub> : Kreativitas ( X<sub>1</sub> ) tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha (y) mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.

H<sub>a</sub> : Kreativitas ( X<sub>1</sub> ) berpengaruh terhadap minat berwirausaha (y) mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.

H<sub>0</sub> : Marketplace Shopee ( X<sub>2</sub> ) tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha (y) mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.

H<sub>a</sub> : Marketplace Shopee ( X<sub>2</sub> ) berpengaruh terhadap minat berwirausaha (y) mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.

H<sub>0</sub> : Kreativitas ( , dan Marketplace Shopee ( tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha (y) mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.

H<sub>a</sub> : Kreativitas ( , dan Marketplace Shopee ( berpengaruh terhadap minat berwirausaha (y) mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Administrasi Niaga sebanyak 93 mahasiswa. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel, variabel bebas yaitu Kreativitas ( $X_1$ ) dan Marketplace Shopee ( $X_2$ ), dan juga variabel terikat yaitu Minat Berwirausaha (Y). Teknik analisis data pada penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear berganda. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis secara parsial dan simultan, serta dilakukan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh dari hasil pengumpulan data primer dengan cara menyebar kuesioner yang telah diisi oleh 93 responden yang merupakan mahasiswa Administrasi Niaga.

#### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji coba kuesioner melibatkan 30 responden. Berikut hasil uji validitas terhadap butir-butir pernyataan dari variabel kreativitas ( $X_1$ ), variabel Marketplace Shopee ( $X_2$ ) dan variabel minat berwirausaha (Y).

Tabel 1. Uji Validitas

No	Variabel	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	Keterangan
1	<b>Kreativitas (<math>X_1</math>)</b>			
	Pernyataan 1	,801	0,361	Valid
	Pernyataan 2	,857	0,361	Valid
	Pernyataan 3	,680	0,361	Valid
	Pernyataan 4	,794	0,361	Valid
	Pernyataan 5	,692	0,361	Valid
	Pernyataan 6	,512	0,361	Valid
2	<b>Marketplace Shopee (<math>X_2</math>)</b>			
	Pernyataan 1	,556	0,361	Valid
	Pernyataan 2	,745	0,361	Valid
	Pernyataan 3	,827	0,361	Valid
	Pernyataan 4	,631	0,361	Valid
	Pernyataan 5	,677	0,361	Valid
	Pernyataan 6	,733	0,361	Valid
	Pernyataan 7	,430	0,361	Valid
3	<b>Minat Berwirausaha (Y)</b>			
	Pernyataan 1	,800	0,361	Valid
	Pernyataan 2	,735	0,361	Valid
	Pernyataan 3	,602	0,361	Valid
	Pernyataan 4	,625	0,361	Valid
	Pernyataan 5	,673	0,361	Valid
	Pernyataan 6	,816	0,361	Valid
	Pernyataan 7	,748	0,361	Valid

Sumber: data diolah SPSS 25 (2021)

##### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas hanya dilakukan terhadap item pernyataan yang telah dinyatakan valid.

Berikut hasil hasil uji reliabilitas terhadap butir-butir yang valid, Hasil output SPSS dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kreativitas ( $X_1$ )	0.814	Reliabel
Marketplace Shopee ( $X_2$ )	0.771	Reliabel
Minat Berwirausa (Y)	0.839	Reliabel

Sumber: data diolah SPSS 25 (2021)

Tabel 2 menunjuka bahwa 20 butir pernyataan dari seluruh variabel (Kreativitas, Marketplace Shopee danMinat Berwirausaha) diketahui koefisien Cronbach Alpha  $> 0,60$  sehingga dapat dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya.

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika signifikan  $>$  alpha 5% maka menunjukkan distribusi data normal. Uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari Klmogorov-Smirnov.

Tabel 3. Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.16734525
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.037
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: data diolah SPSS 25 (2021)

Berdasarkan tabel 3 diketahui Asymp. Sig (2-tailed) sebesar  $0,200 > 0,05$ . Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji *Kolmogorov-Smirnov*, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikoloniritas

Variabel yang menyebabkan multikoloniritas dapat dilihat dari nilai tolerance  $< 0,10$  atau nilai VIF  $> 10$ . Apabila nilai tolerance  $> 0,10$  atau nilai VIF  $< 10$ . Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikoloniritas.

Tabel 4. Uji Multikoloniritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1. (Constant)		
Kreativitas (X1)	0.774	1.292
Marketplace Shopee (X2)	0.774	1.292

Sumber: data diolah SPSS 25 (2021)

Berdasarkan tabel 4, terlihat bahwa nilai tolerance semua variabel bebas adalah  $0,774 > 0,10$  dan nilai VIF semua variabel bebas adalah  $1,292 <$  nilai ketetapan10. Oleh karena itu data dalam penelitian ini dikatakan tidak mengalami masalah multikoloniritas.

## c. Uji heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode analisis korelasi *Rank Spearman* dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25 for windows dapat dilihat tabel dibawah ini :

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Rank Spearman*

			Total X1	Total X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	TotalX1	Correlation Coefficient	1.000	.444**	.063
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.551
		N	93	93	93
	TotalX2	Correlation Coefficient	.444**	1.000	.033
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.750
		N	93	93	93
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.063	.033	1.000
		Sig. (2-tailed)	.551	.750	.
		N	93	93	93

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data diolah SPSS 25, 2020

Berdasarkan tabel 5 di atas, nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) dari variabel Kreativitas ( $X_1$ ) sebesar 0.551, yang artinya  $0.551 > 0,05$ . Nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) dari variabel Marketplace Shopee ( $X_2$ ) sebesar 0.750, yang artinya  $0.750 > 0,05$ . Hal ini kemudian dapat disimpulkan bahwa dari ketiga variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Adapun bentuk umum persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Berdasarkan pengujian menggunakan SPSS maka hasil persamaan regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.506	1.940		5.415	.000		
	Creativity (X1)	.163	.071	.170	2.301	.024	0.774	1.292
	Shopee Marketplace (X2)	.564	.060	.693	9.409	.000	0.774	1.292

Sumber: data diolah SPSS 25 (2021)

Berdasarkan tabel 6 , maka persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 10.506 + 0,163X_1 + 0,564X_2$$

### Uji Hipotesis

#### a. Uji t Parsial

Untuk melihat apakah ada pengaruh secara signifikansi antara variabel x dan y secara sendiri-sendiri atau secara parsial dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.506	1.940		5.415	.000
	Kreativitas (X1)	.163	.071	.170	2.301	.024
	Marketplace	.564	.060	.693	9.409	.000
	Shopee (x2)					

Sumber data diolah SPSS 25 (2021)

Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dengan rumus dengan keterangan yaitu 0,05, n sama dengan jumlah responden sebanyak 93 orang, k sama dengan jumlah variabel X maka diperoleh  $t_{tabel} = 1.987$ . Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil uji t untuk variabel  $X_1$  (kreativitas) diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2.301 < 1.987$  dengan tingkat signifikansi  $0,024 < 0,05$  yang berarti  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Arah koefisien regresi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.
2. Hasil uji t untuk variabel  $X_2$  (marketplace Shopee) diperoleh nilai  $t_{hitung} = 9.409 < 1.987$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Arah koefisien regresi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

#### b. Uji F Simultan

Dasar pengambilan keputusan uji F simultan (regresi linear berganda) berdasarkan nilai signifikansi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 8. Hasil Uji Simultan(Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	205.815	2	102.907	73.876	.000 <sup>b</sup>
	Residual	125.368	90	1.393		
	Total	331.183	92			

Sumber data diolah SPSS 25, 2021

Dari Tabel 8 diperoleh nilai  $F_{hitung} = 73,873$  dengan signifikansi 0,000, sedangkan  $F_{tabel}$  dengan *probability* sebesar 0,05 adalah 3,097 dengan rumus  $k ; n - k$  atau  $2 ; 91$  sehingga membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$ , maka  $F_{hitung} = 73.876 > F_{tabel} = 3,097$ . Sedangkan untuk nilai signifikansi yaitu  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu, artinya secara serempak variabel X yang terdiri dari kreativitas dan marketplace Shopee berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha sebagai variabel Y.

#### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Adapun hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 <sup>a</sup>	.621	.613	1.18024

a. Predictors: (Constant), Marketplace Shopee (X2), Kreativitas (X1)

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha (Y)

Sumber data diolah SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 9 dapat dilihat bahwa nilai R dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Nilai R sebesar 0,788, berarti 78.8% menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Kreativitas (X1), variabel Marketplace Shopee (X2) dan Minat berwirausaha (Y) memiliki hubungan yang kuat.
2. Nilai *Adjusted R Square* 0,613 berarti 61.3% faktor-faktor minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh Kreativitas dan penggunaan Marketplace Shopee. Sedangkan 38.7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## SIMPULAN

Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.
2. Marketplace Shopee berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.
3. Pengujian regresi serentak (uji F) pada variabel kreativitas dan marketplace Shopee menunjukkan bahwa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Politeknik Negeri Medan melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) yang telah mendanai penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, Deni. 2017. *E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian*. Ejournal jurnal.iaii.or.id diakses tanggal 23 juni 2021.
- Dahlan, Intan Agustini. 2017. *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berprestasi Terhadap Self Efficacy Yang Berimplikasi Pada Minat Berwirausaha Peserta Didik Smk Multi Vocational Platform Ars Internasional Bandung*. Ejournal repository.unpas.ac.id diakses tanggal 1 juni 2021.
- Isma , et.al. (2020) *pengaruh kreativitas dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa (studi pada peserta program kreativitas mahasiswa (pkm) kewirausahaan di universitas negeri Makassar*. Ejournal ojs.unm.ac.id diakses tanggal 10 juni 2021.
- Kirana, et.al. (2018) *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Tahun Angkatan 2014-20160*. Ejournal jurnal.uns.ac.id/bise diakses tanggal 15 juni 2021.
- Linggo, Yuliana Putri. (2019). *Pengaruh Locus of Control, Efikasi Diri, E-Commerce dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat Angkatan 2015*. Ejournal jim.stkip-pgri sumbar.ac.id diakses tanggal 24 juni 2021.
- Septiani, Yuyu Tresnawati. 2019. *Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Pengrajin Sepatu Kulit Di Sukaregang Kabupaten Garut*. Ejournal repository.unpas.ac.id diakses tanggal 1 juni 2021.
- Simanjuntak, et.al. 2017. *Persepsi Mahasiswa Pada Jasa Belanja Online Shoppe*. Ejournal ejournal.unsrat.ac.id diakses tanggal 23 juni 2021.