PENGGUNAAN E-COMMERCE DALAM PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAN UNTUK MENINGKATKAN PROFESIONAL BISNIS RELIGIUS MAHASISWA

(Survey Pada Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga)

Fernaldi Anggadha Ratno
IAIN Salatiga
email: anggadharatno@yahoo.com

APA Citation: R, Fernaldi Anggadha. (2020). Penggunaan E-Commerce dalam Pembelajaran Kewirausahan untuk Meningkatkan Profesional Bisnis Religius Mahasiswa. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, *17*(2), 27-35. DOI: 10.25134/equi.v17i02.

ABSTRACT

This study examines the results of the use of entrepreneurial learning tools using information systems and digital marketing technology at the Islamic Economics and Business Faculty of IAIN Salatiga. A learning device that uses information systems and technology used can be utilized by students and lecturers, so learning devices that use information systems and technology produced must have easy-to-use criteria. Another challenge in utilizing information systems in entrepreneurial practices is business practices and behavior to increase sales, such as honesty, trustworthiness and trustworthiness. The purpose of this study was to determine the use of digital marketing in entrepreneurship learning to improve the religious business professional of FEBI IAIN Salatiga students. The analytical tool used is path coefficient analysis. Path coefficient analysis aims to see the significance of the magnitude of the path coefficient (regression weights estimate) to prove the influence that exists. In the two-tailed test, the results of the significant influence if with a significance level of 0.05, the value of critical ratio> 1.96 and with a significance level of 0.01 value of critical ratio> 2.58. The suitability of the path direction of the relationship with the direction of the hypothesis that was hypothesized before was also considered, if the direction of the relationship (positive or negative) in accordance with the value of the critical ratio also fulfilled the requirements, then it can be said that the influence of the tested variable received strong support. Making it possible with ecommerce it will be able to increase professional business for students.

Key words: e-commerce; entrepreneuralship; professional bussines.

ABSTRAK

Penelitian ini mengguji hasil penggunaan perangkat pembelajaran kewirausahaan menggunakan sistem informasi dan teknologi digital marketing di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga. Sebuah perangkat pembelajaran menggunakan sistem informasi dan teknologi yang digunakan dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa dan dosen, maka perangkat pembelajaran yang menggunakan sistem informasi dan teknologi yang dihasilkan harus memiliki kriteria mudah digunakan. Tantangan yang lain dalam pemanfaat sistem informasi dalam praktik kewirausahaan adalah praktik dan perilaku bisnis untuk meningkatkan penjualan, seperti kejujuran, amanah dan dapat dipercaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan digital marketing dalam pembelajaran kewirausahan untuk meningkatkan profesional bisnis religius mahasiswa FEBI IAIN Salatiga. Alat analisis yang digunakan analisis koefisien jalur. Analisis koefisien jalur bertujuan untuk melihat signifikansi besaran koefisien path (regression weights estimate) untuk membuktikan pengaruh yang ada. Pada pengujian dua arah (two tailed), hasil pengaruh signifikan jika dengan tingkat signifikansi 0,05 nilai critical

ratio > 1,96 dan dengan tingkat signifikansi 0,01 nilai critical ratio > 2,58. Kesesuaian arah hubungan path dengan arah hubungan yang telah dihipotesiskan sebelumnya juga diperhatikan, jika arah hubungan (positif atau negatif) sesuai dengan nilai critical ratio-nya juga memenuhi syarat, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel yang diuji memperoleh dukungan yang kuat. Sehingga memungkinkan dengan adanya ecommerce maka akan mampu meningkatkan profesional berbinis untuk mahasiswa.

Kata kunci : e-commerce; entrepreneuralship; professional bussinesKata kunci: Kualitas.

PENDAHULUAN

Era moderen ini merupakan suatu tantangan tersendiri bagi lembaga pendidikan yang menyelenggarakan pelayanan pendidikan kepada masyarakat. Pendidikan merupakan faktor penting dalam menciptakan sumber daya manusia yang unggul, berkarakter dan berkompeten. Sumber daya yang unggul, berkarakter dan berkompeten yang diupayakan lembaga pendidikan melalui kegiatan pembelajaran baik di kelas, laboratorium dan dunia usaha dan industri. Kegiatan pembelajaran tersebut akan menjadi bekal bagi mahasiswa setelah menyelesaikan pendidikanya.

Bekal ilmu dan pengetahuan yang diberikan dalam kegiatan pembelajaran disetiap jenjang pendidikan belum dikembangkan bagi lulusan dalam suatu kegiatan perekonomian, sehingga permasalahan klasik dalam suatu perekonomian disuatu negara yang perlu ditangani oleh pemerintah adalah masalah pengangguran. Pengangguran terdidik maupun tidak tertidik menjadi masalah serius bagi pemerintah Indonesia. Sebuah permasalahan klasik dalam perekonomian yang perlu segera diatasi dan pecahkan agar tidak berkelanjutan. Permasalahan pengangguran di Indonesia muncul akibat jumlah tenaga kerja yang semakin meningkat setiap tahunya tidak diimbangi dengan lapangan pekerjaan yang tersedia. Data tentang pengangguran terbuka berdasarkan tingkat pendidikan tertinggi di Indonesia dari Badan Pusat Statistik (BPS) ditunjukkan pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Data Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tinggi yang ditamatkan Tahun 2017-2018

No	Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan	2017		2018
		Februari	Agustus	Februari
1	Tidak/belum pernah sekolah	113 389	81 432	134 040
2	Belum/tidak tamat SD	523 936	489 152	610 574
3	SD	1 416 155	1 347 555	1 374 822
4	SLTP	1 811 920	1 689 643	1 693 203
5	SLTA Umum	1 859 727	1 925 660	1 893 509
6	SLTA Kejuruan	857 585	1 258 201	847 365
7	Diploma I,II,III/Akademi	195 427	185 103	195 258
8	Sarjana	421 073	434 185	398 298
	Total	**7 199 212**	**7 410 931**	**7 147 069**

Sumber : Survei Angkatan Kerja Nasional 2019

Data diatas menjelaskan selama dua tahun terakhir meunjukaan jumlah peangguran terdidik di Indonesia mengalami peningkatan. Data BPS pada bulan Agustus 2017, menunjukkan bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada tahun 2017 mencapai 7.199.212 jiwa. Dari data tersebut, lulusan

perguruan tinggi yang menganggur mencapai 398.298 jiwa. Fakta ini menunjukkan bahwa pengangguran lulusan perguruan tinggi masih tinggi di Indonesia.

Wirausaha merupakan salah satu cara efektif untuk mengatasi ketimpang antara jumlah angkatan kerja dengan lapangan pekerjaan yang tersedia. Sejauh ini jumlah mahasiswa untuk menjadi wirausaha masih rendah. Banyak kendala yang menjadi faktor utama diantaranya keterampilan yang harus dimiliki dan keterbatasan dalam menggunakan sistem informasi dalam menjalankan wirausaha. Lulusan perguruan tinggi yang memilih menjadi seorang wirausaha sangatlah sedikit dibanding dengan memilih pekerjaan dan profesi lain seperti pegawai atau karyawan swasta, dosen dan beberapa profesi lainya. Sebagaimana terlihat dalam tabel 2, sebagai berikut:

Tabel 2. Data Tracer Study mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga Tahun 2017 dan 2018

	Tahun	
	2017	**2018**
Pegawai atau Karyawan Swasta	17,30%	21,0%
Pegawai Negeri Sipil Non Guru	4,00%	3,1%
Melanjutkan pendidikan	6,70%	7,5%
Wirausaha	0,70%	0,6%
Sedang Mencari Pekerjaan	71,30%	66,8%

Sumber: data tracer alumni FEBI (2019)

Data tracer study dari alumni fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Salatiga dalam tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa prosentase lulusan perguruan tinggi yang berwirausaha sangat rendah, bahkan pada tahun 2018 terjadi penurunan dari tahun 2017. Salah satu strategi agar perguruan tinggi dapat berwirausaha dengan mudah, murah dalam pembelajaran kewirausahaan perlu menggunakan sistem informasi dan teknologi. Data menggunakan sistem informasi dan teknologi di fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Salatiga dapat dilihat dalam tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Data Menggunakan Home Page mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga 2019

	Jumlah
Facebook	77 %
Blogspot	0,95 %
Instagram	13,25 %
Twitter	1,50 %
Dll	7,30 %
Jumlah	100 %

Sumber: Data Primer Yang Diolah (2019)

Data Menggunakan Home Page mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Salatiga dalam tabel 1.3 di atas, dapat diketahui bahwa 77 % mahasiswa menggunakan facebook dalam interaksi sosial di dunia digital. Pembelajaran kewirausahaan menggunakan sistem informasi dan

teknologi dapat mendorong sikap dan perilaku mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha. Terkait dengan hal tersebut perlu pengembangan perangkat pembelajaran menggunakan sistem informasi dan teknologi digital marketing.

Sebelum penggunaan perangkat pembelajaran menggunakan sistem informasi dan teknologi e-commerce diterapkan pada mata kuliah kewirausahaan, perlu dikaji tentang penggunaan sistem informasi digital marketing terhadap penggunaan teknologi. Permasalahan yang terjadi adalah tingkat penerimaan materi sistem informasi dalam kegiatan pembelajaran kewirausahaan oleh mahasiswa dan dosen masih rendah. Hasil observasi pendahuluan menunjukkan bahwa mahasiswa dan mahasiswa ternyata belum menggunakan sistem informasi dan teknologi e-commerce dalam praktik kewirausahaan. Tujuan praktik kewirausahaan menggunakan sistem informasi dan teknologi mendukung dalam peningkatan produktifitas dan mengurangi pengangggguran.

Kemudahan berwirausaha secara tidak langsung dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu faktor tersebut adalah kemudahan mahasiswa dalam menjalankan bisnis usaha melalui sistem informasi dan teknologi digital marketing, sehingga mahasiswa dapat menjalankan usaha melalui penggunaan sistem informasi dan teknologi. Sebuah sistem informasi dan teknologi akan memberikan kegunaan (usefulness) dan mudah digunakan (ease of use) dalam praktik kewirausahaan, sehingga semakin mudah sistem informasi dan teknologi itu digunakan, maka sistem informasi dan teknologi tersebut terasa akan kegunaanya.

Penelitian ini mengguji hasil penggunaan perangkat pembelajaran kewirausahaan menggunakan sistem informasi dan teknologi digital marketing di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga. Sebuah perangkat pembelajaran menggunakan sistem informasi dan teknologi yang digunakan dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa dan dosen, maka perangkat pembelajaran yang menggunakan sistem informasi dan teknologi yang dihasilkan harus memiliki kriteria mudah digunakan. Tantangan yang lain dalam pemanfaat sistem informasi dalam praktik kewirausahaan adalah praktik dan perilaku bisnis untuk meningkatkan penjualan, seperti kejujuran, amanah dan dapat dipercaya.

KERANGKA PEMIKIRAN

Sikap terhadap menggunakan (*attitude toward using*) di dalam TAM dikonsepkan sebagai sikap terhadap menggunakan teknologi/ sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakannya di dalam pekerjaannya (Wibowo : 2008). Peneliti lain menyatakan bahwa faktor sikap (attitude) sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual. Sikap seseorang terdiri atas unsur kognitif / cara pandang (cognitive), afektif (affective), dan komponen-komponen yang berkaitan dengan perilaku (behavioral components) (Nasution : 2006).

E-commerce menurut Ahmadi dan Hermawan (2013:7) adalah "penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu, pemerintah dan masyarakat atau organisasi swasta lainya, yang dilakukan melalui komputer atau media jaringan". *E-commerce* dapat diartikan sebuah media internet atau digital yang digunakan dalam melakukan transaksi penjualan maupun pembelian barang atau jasa oleh antar perusahan dengan konsumen secara langsung, perusahaan dengan pengecer, perusahaan dengan pemasok dan pemasok dengan konsumen langsung

Profesional merupakan orang yang melakukan kegiatan atau menjalani profesi tertentu. Di samping itu, professional

adalah sikap atau perilaku seseorang dalam melakukan profesi tertentu. Dalam pengertian umum, seseorang dikatakan profesional jika memenuhi tiga kriteria, yaitu mempunyai keahlian untuk melaksanakan tugas sesuai dengan bidangnya, melaksanakan tugas dengan menetapkan standar baku dalam bidangnya dan menjalankan tugas profesi yang telah ditetapkan (Husman, dalam penelitian Abdul Aziz N.P, 2014:421).

Nabi Muhammad SAW mengajarkan melakukan berwirausaha dan transaksi dilakukan secara jujur, adil dan jangan membuat konsumen kecewa. Allah SWT berfirman dalam Surat Ar- Ra'd:11 (Bahri, 2018:71), bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merobah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia. Bagi tiap-tiap manusia ada beberapa malaikat yang tetap menjaganya secara bergiliran dan ada pula beberapa malaikat yang mencatat amalanamalannya. Dan yang dikehendaki dalam ayat ini ialah malaikat yang menjaga secara bergiliran itu, disebut malaikat Hafazhah. Tuhan tidak akan merobah keadaan mereka, selama mereka tidak merobah sebab-sebab kemunduran mereka."

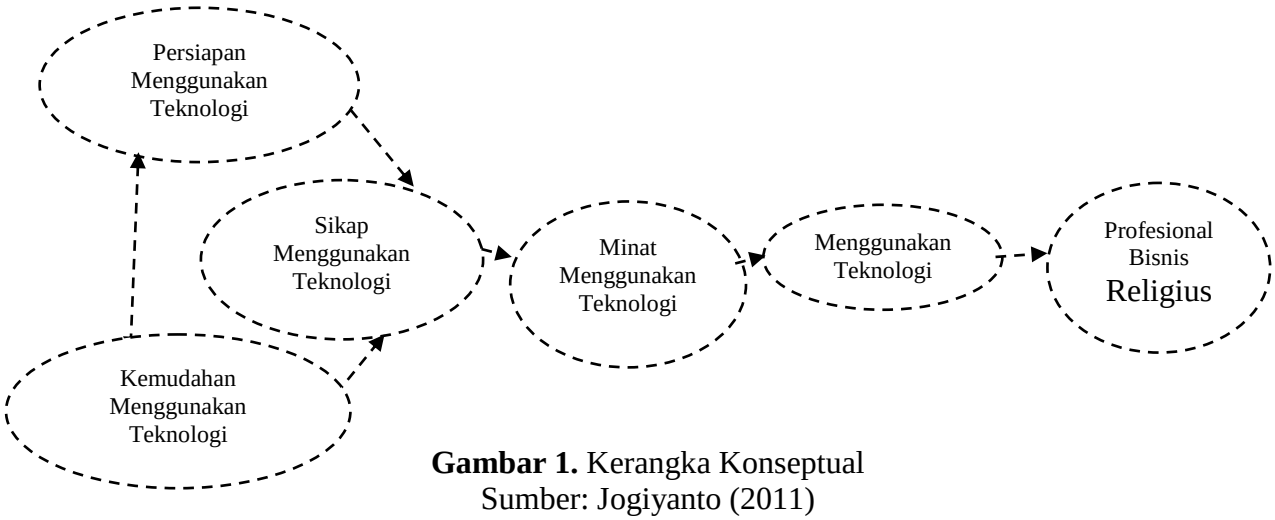
Profesional merupakan orang yang melakukan kegiatan atau menjalani profesi tertentu. Nabi Muhammad SAW mengajarkan melakukan berwirausaha dan transaksi dilakukan secara jujur, adil dan jangan membuat konsumen kecewa. Dengan adanya kemajuan teknologi dan pemanfaatan teknologi maka dibuat sebuah aplikasi bisnis online. Sikap terhadap menggunakan (*Attitude Toward Using*) di dalam TAM dikonsepkan sebagai sikap terhadap menggunakan teknologi/ sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakannya di dalam pekerjaannya (Wibowo : 2008).

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Hart, et.al (2017) dengan judul penelitian In*tegrating TAM and TOE Frameworks and Expanding their Characteristic Constructs for E-commerce Adoption by SMEs* menjukkan bahwa model TAM memiliki pengaruh yang positif dan signifikan menggunakan e-commerce, persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Hart et.al adalah menggunakan model TAM dalam penelitian, adapaun perbedaan penelitian ini dengan penelitian Hart, et.al adalah menggunakan variabel eksternal dalam penelitian. Kontribusi penelitian Hart, et.al dalam penelitian ini adalah menggunakan e-commerce dalam kegiatan transaksi perdagangan dalam menggunakan praktik kewirausahaan.

Saloman & Salman (2017), penelitiannya yang berjudul E-*commerce Propagation in The Middle East Economies: an Application of a Revised Technology Acceptance Model*, menunjukkan bahwa faktor utama memegang penyebaran e-commerce yang kompatibel, keamanan informasi, dan tingkat etika bisnis. Sebuah konseptual model probabilitas matematika dikembangkan untuk memperkirakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu konsep *Technology Acceptance Model (*TAM) yang digunakan dalam pengembangan *e-commerce*.

Selanjutnya, Sabir, et al (2018) dengan judul *Adoption of E-commerce amongst Pakistani Consumers A Case of Mobile Banking*, hasil penelitian sebelumnya menunjukan pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel eksternal keikutsertaan, biaya penerimaan,

frekuensi menggunakan mobile banking, resiko penerimaan, perasaan, kepercayaan dan kenyamanan terhadap perilaku menggunakan. Kontribusi penelitian Sabir, et al dalam penelitian ini konsep sistem informasi keperilakuan yang mampu digunakan dan diterapkan disekolah untuk penggunakan teknologi dan sistem informasi dalam pembelajaran.



Gambar 1. Kerangka Konseptual
Sumber: Jogiyanto (2011)

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawanya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trianggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi yang diadaptasi dari Sugiyono (2011).

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modelling (SEM). SEM merupakan teknik multivariate yang mengkombinasikan aspek regresi berganda dan analisis faktor untuk mengestimasi serangkaian hubungan ketergantungan secara simultan (Hair et. al, 2008).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis statistik dengan menggunakan program AMOS versi 21, diperoleh hasil uji statistik yang merupakan uji hubungan kausalitas dari masing-masing variabel penelitian sebagaimana disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Analisis Statistik

Variabel			Hasil Estimasi	*s.e.*	*c.r.*	P	Label
Persiapan menggunakan teknologi	→	Kemudahan menggunakan teknologi	1,272	,180	6,175	***	par_20
Persiapan menggunakan teknologi	→	Sikap menggunakan teknologi	1,548	,241	7,033	***	par_21
Kemudahan menggunakan teknologi	→	Sikap menggunakan teknologi	1,513	,215	7,026	***	par_22

Variabel			Hasil Estimasi	*s.e.*	*c.r.*	P	Label
Sikap menggunakan teknologi	→	Minat menggunakan teknologi	,942	,161	6,053	***	par_17
Minat menggunakan teknologi	→	Menggunakan teknologi	,874	,124	5,373	***	par_18
Menggunakan teknologi	→	Profesional bisnis religius	1,129	,200	5,882	***	par_16

(Sumber : data diolah 2019)

Pembahasan hasil uji statistik pengukuran technology acceptance model, berikut ini akan dijelaskan pembahasan hasil pengujian untuk pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Variabel persiapan menggunakan teknologi berhubungan positif dengan variabel kemudahan menggunakan teknologi

Hasil pengujian dapat diketahui bahwa variabel persiapan menggunakan teknologi mempunyai pengaruh positif terhadap kemudahan dengan critical ratio sebesar 6,175 diperoleh dari koefisien jalur (standardized regression weight estimate) dan tingkat signifikansi critical ratio diatas 1,272 untuk signifikansi 5%, hal ini menunjukkan bahwa persiapan menggunakan teknologi ecommerce berhubungan positif dengan variabel kemudahan didukung oleh data pengukuran model technology acceptance model diterima.

Variabel persiapan menggunakan teknologi berhubungan positif dengan variabel sikap menggunakan teknologi.

Tingkat signifikansi critical ratio diatas 1,96 untuk signifikansi 5%, dengan critical ratio sebesar 7,033 diperoleh dari koefisien jalur (standardized regression weight estimate) dan, hal ini menunjukkan bahwa persiapan menggunakan teknologi berhubungan positif dengan variabel sikap menggunakan teknologi didukung oleh data, artinya pengukuran model technology acceptance model diterima. Variabel persiapan menggunakan teknologi dengan variabel sikap menggunakan teknologi.

Hasil koefisien jalur (standardized regression weight estimate) dengan critical ratio sebesar 7,026 dan tingkat signifikansi critical ratio diatas 1,96 untuk signifikansi 5%, hal ini menunjukkan bahwa kemudahan menggunakan teknologi berhubungan secara positif dan signifikan terhadap sikap menggunakan teknologi dan didukung oleh data, artinya pengukuran model technology acceptance model diterima. Variabel kemudahan menggunakan teknologi berhubungan positif dengan variabel sikap menggunakan teknologi.

Berdasarkan pengujian dapat diketahui bahwa variabel sikap menggunakan teknologi mempunyai pengaruh positif terhadap variabel minat menggunkan teknologi dengan critical ratio sebesar 6,053 diperoleh dari koefisien jalur (standardized regression weight estimate dan tingkat signifikansi critical ratio diatas 1,96 untuk signifikansi 5%, artinya pengukuran model technology acceptance model diterima. Variabel sikap menggunakan teknologi berhubungan positif dengan variabel minat menggunkan teknologi.

Berdasarkan pengujian dapat diketahui bahwa variabel minat menggunkan teknologi berhubungan positif dengan variabel menggunakan teknologi dengan critical ratio sebesar 5,373 diperoleh dari koefisien jalur (standardized regression weight estimate) dan tingkat signifikansi critical ratio diatas

1,96 untuk signifikansi 5%, artinya minat menggunakan teknologi berhubungan positif dengan variabel menggunakan teknologi didukung oleh data dan pengukuran model technology acceptance model diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ammar Khader Mohammad Almasri membuat penelitian tentang penerimaan teknologi menggunakan model TAM. Technology Acceptance Model (TAM) variabel indenpenden dalam penelitian ini (Mobile Readiness, Perceived Interaction, Easy To Use, Usefulness, Attitude to Use) banyak yang memiliki pengaruh signifikan dari variabel independen (the Influence On M-learning Adoption).

Variabel menggunakan teknologi berhubungan positif dengan variabel profesional bisnis religius.

Berdasarkan pengujian dapat diketahui bahwa variabel menggunakan teknologi berhubungan positif dengan variabel profesional bisnis religius dengan critical ratio sebesar 5,882 diperoleh dari koefisien jalur (standardized regression weight estimate) dan tingkat signifikansi critical ratio diatas 1,96 untuk signifikansi 5%, artinya kebermanfaatan berhubungan positif dengan variabel niat didukung oleh data dan pengukuran model technology acceptance model diterima. Variabel menggunakan teknologi berhubungan positif dengan variabel profesional bisnis religius.

Berdasarkan pengujian dapat diketahui bahwa variabel kebermanfaatan berhubungan positif dengan variabel niat dengan critical ratio sebesar 5,882 diperoleh dari koefisien jalur (standardized regression weight estimate) dan tingkat signifikansi critical ratio diatas 1,96 untuk signifikansi 5%, artinya perilaku berhubungan positif dengan variabel niat didukung oleh data dan pengukuran model technology acceptance model diterima.

PENUTUP

Analisis koefisien jalur bertujuan untuk melihat signifikansi besaran koefisien path (regression weights estimate) untuk membuktikan pengaruh yang ada. Pada pengujian dua arah (two tailed), hasil pengaruh signifikan jika dengan tingkat signifikansi 0,05 nilai critical ratio > 1,96 dan dengan tingkat signifikansi 0,01 nilai critical ratio > 2,58. Kesesuaian arah hubungan path dengan arah hubungan yang telah dihipotesiskan sebelumnya juga diperhatikan, jika arah hubungan (positif atau negatif) sesuai dengan nilai critical ratio-nya juga memenuhi syarat, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel yang diuji memperoleh dukungan yang kuat. Sehingga memungkinkan dengan adanya ecommerce maka akan mampu meningkatkan profesional berbinis untuk mahasiswa.

Beberapa saran yang diajukan dengan kemungkinan dilakukan pengembangan lebih lanjut adalah sebagai berikut: 1) menyediakan ecommerce dan sarana prasarana penunjang bagi dosen dan mahasiswa dalam praktik bisnis digital untuk berwirausaha serta 2) pengembangan lebih lanjut disarankan untuk dapat membuat aplikasi ecommerce sendiri dalam peningkatan fasilitas layanan pedidikan dan laboratorium kewirausahaan. Hasil penelitian ini supaya bisa dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk bahan referensi penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Bahri. (2018). *Islamic Entrepreneurship: Implementation of The Concept of Entrepreneurship and Sharia Transaction with Vertical Dimension Methods (Hablumminallah) and Dimensions Horizontal (Hablumminannas), 1 (2), 67-87.*

Fauzan. (2014). *Hubungan Religiusitas Dan Kewirausahaan: Sebuah Kajian Empiris Dalam Perspektif Islam (10), 147-157.*

Ginting, Mbayak. & Yuliawan, Eko. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Stmik Mikroskil Medan), 1 (5), 61-69.*

Hart O. Awa, Ojiabo Ukoha dan Bartholomew C. Emecheta. (2017). Integrating TAM and TOE Frameworks and Expanding their Characteristic Constructs for E-commerce Adoption by SMEs. *International journal of Proceedings of Informing Science & IT Education Conference. Vol. 2:15-28.*

Indah Mustikowati, Rita. & Wilujeng, Sri. (2016). *Religiusitas dan Kewirausahaan; Faktor Kritis dalam Mencapai Kinerja Bisnis pada UKM di Kabupaten Malang, 3 (2), 102-113.*

Jogiyanto, HM. (2011). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.

Mar'atur Rosyidah, Siti. & Lestari, Wiwik. (2013). *Religiusitas dan Persepsi Risiko dalam Pengambilan Keputusan Investasi Pada Perspektif Gender, 3 (2), 61-69.*

Ma'zumi, Taswiyah & Najmudin. (2017). *Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Ekonomi Masyarakat Pasar Tradisional (Studi Empiris Pada Masyarakat Pasar Tradisional Di Kota Serang Provinsi Banten) 34 (2), 25-46.*

Pratama, Abdul Aziz. (2014). *Pengaruh Spiritualitas, Intelektualitas, dan Profesionalisme terhadap Kinerja Dosen STAIN Salatiga, 8 (2), 415-436.*

Sabir, Raja irfan., shahnawaz, M., dkk. (2018). Adoption of E-commerce amongst Pakistani Consumers A Case of Mobile Banking. *International journal of management and bussines reseacrh. Vol. 1*.

Shafiq Ur Rehman dan Jane-Lisa Coughlan. (2017). Building Trust of Mobile Users and their Adoption of M-Commerce. *International journal of Engineering and Technology. Vol:5.*