

**PENGARUH PERSEPSI BELANJA ONLINE DAN OFFLINE TERHADAP
NILAI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA PENDIDIKAN TEKNIK
MESIN**

SKRIPSI

Oleh :

AGUS WIBOWO

NIM: 06121181823014

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK MESIN



FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2022

**PENGARUH PERSEPSI BELANJA ONLINE DAN OFFLINE TERHADAP
NILAI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA PENDIDIKAN TEKNIK
MESIN**

SKRIPSI

Oleh:


Agus Wibowo

NIM : 06121181823014

Program Studi Pendidikan Teknik Mesin

Mengesahkan :

Pembimbing



Elfahmi Dwi Kurniawan, S.Pd., M.Pd.T.

NIP. 199208072019031017

Mengetahui,

Kordinator Program Studi Pendidikan Teknik Mesin



Drs. Harlin, M.Pd

NIP. 196408110991021001

**PENGARUH PERSEPSI BELANJA ONLINE DAN OFFLINE TERHADAP
NILAI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA PENDIDIKAN TEKNIK
MESIN**

SKRIPSI

Oleh

Agus Wibowo

NIM. 06121181823014

Program Studi Pendidikan Teknik Mesin

Telah diujikan dan lulus pada :

Hari : Senin

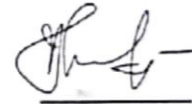
Tanggal : 30 Mei 2022

TIM PENGUJI

1. Elfahmi Dwi Kurniawan, S.Pd., M.Pd.T (Ketua/Pembimbing)



2. H. Imam Syofi'i, S.Pd., M.Eng. (Anggota/Penguji)



Indralaya, 2 Juni 2022

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Teknik Mesin



Drs. Harlin, M.Pd.

NIP. 196408011991021001





KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jalan Raya Palembang-Prabumulih Indralaya Ogan Ilir 30662
 Telepon: (0711) 580085, Fax (0711) 580058
 Laman: www.fkip.unsri.ac.id, Pos-El: support@fkip.unsri.ac.id

BUKTI PERBAIKAN SKRIPSI

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa berikut.

Nama : Agus Wibowo
 NIM : 06121181823014
 Program Studi : Pendidikan Teknik Mesin
 Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Belanja Online Dan Offline Terhadap Nilai Kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan Teknik Mesin.

Telah melakukan perbaikan skripsi sesuai dengan saran-saran yang disampaikan pada saat ujian akhir dan diizinkan menjilid skripsi.

TIM PENGUJI:

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Elfahmi Dwi Kurniawan, S.Pd., M.Pd.T.	(Ketua/Pembimbing)	
2.	Imam Syofi'i, S.Pd., M.Eng	(Anggota/Penguji)	

Mengetahui,
 Koordinator Program Studi
 Pendidikan Teknik Mesin



Drs. Harlin, M.Pd
 NIP.196408011991021001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agus Wibowo
NIM : 06121181823014
Program Studi : Pendidikan Teknik Mesin

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi dengan judul “ pengaruh Persepsi Belanja Online dan Offline terhadap Nilai Kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan Teknik Mesin ” ini adalah hasil karya saya sendiri dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap hasil karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh – sungguh tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 30 Mei 2022

g Menyatakan,


Agus Wibowo

NIM : 06121181823014

PRAKATA

Skripsi dengan judul “ Pengaruh Belanja Online dan Offline Terhadap Nilai Kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan Teknik Mesin” disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pendidikan (S.Pd.). pada Program Studi Pendidikan Teknik Mesin, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya. Dalam mewujudkan skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak.

Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Elfahmi Dwi Kurniawan, S. Pd., M. Pd. T. sebagai pembimbing atas segala bimbingan yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Dr. Hartono, M. A. selaku Dekan FKIP Universitas Sriwijaya, Bapak Drs. Harlin, M. Pd., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Teknik Mesin yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi selama penulisan skripsi ini. Ibu Nopriyanti, S. Pd., M. Pd. selaku dosen Pembimbing Akademik serta seluruh staff dan dosen Pendidikan Teknik Mesin yang telah memberikan ilmu dan motivasi selama proses perkuliahan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk pembelajaran dan juga referensi kepada pembaca dan terkhusus untuk program studi pendidikan teknik mesin, serta dapat menjadi sarana informasi dan menambah pengetahuan bagi masyarakat.

Indralaya, 30 Mei 2022

Penulis



Agus Wibowo

NIM : 06121181823014

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT dan juga shalawat serta salam selalu untuk junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Karena rahmat dan karunian-Nya penulis ini dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI BELANJA ONLINE DAN OFFLINE TERHADAP NILAI KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA PENDIDIKAN TEKNIK MESIN”** Alhamdulillah atas berkat dan izin Allah SWT Skripsi ini dapat terselesaikan guna untuk menyelesaikan program Sarjana Pendidikan Teknik Mesin Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini disusun atas kerjasama dan berkat bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih dan penulis persembahkan kepada :

1. Orang tua, ibu dan ayah yang selalu menjaga dalam do'a serta keluarga besar tercinta yang selalu memberikan motivasi dan semangat untuk penulis.
2. Drs. Harlin, M. Pd, selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Teknik Mesin Universitas Sriwijaya. Terima kasih atas bimbingan yang telah diberikan selama proses perkuliahan.
3. Bapak Elfahmi Dwi Kurniawan, S. Pd., M. Pd. T. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan segenap waktu dan tenaga untuk mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Nopriyanti, S. Pd., M. Pd. selaku dosen Pembimbing Akademik sekaligus bersedia menjadi validator untuk skripsi penulis
5. Partner in love, Siti Asniati yang selalu kebersamai dan selalu mensupport dari SMP hingga akhir gelar S. Pd.
6. Kak ian selaku kakak yang selalu mensupport dan membantu meminjamkan laptop disaat laptop penulis sedang mengalami trobel.
7. Muhammad Khalid dan Ralin Adi Tantowi, selaku rekan yang telah membantu dalam pengambilan data.

Rekan-rekan Pendidikan Teknik Mesin angkatan 2018 yang sudah membantu dan sangat antusias dengan kehadiran saya untuk melaksanakan penelitian.

8. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa dituliskan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, semoga Allah SWT. Memberikan balasan yang berlipat ganda kepada pihak yang telah membantu dalam penulis dalam penulisan skripsi ini, penulis berharap atas saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai denganyang diharapkan .

Indralaya, 30 Mei 2022



Agus Wibowo
NIM : 06121181823014

MOTO

- ❖ Sesulit apapun masalah kalau kita hadapi dengan ikhlas, sabar, dan berdoa kepada allah, pasti allah akan mempermudah segala apa yang ingin kita kerjakan.
- ❖ Dibalik kesulitan pasti ada kemudahan, lupakan hal yang membuat mu menjadi malas untuk belajar dan mulailah belajar dengan hal-hal yang dapat membuat hidup lebih baik.
- ❖ Untuk menjadi sukses harus melewati banyak proses, jika kita sudah gagal dan tidak mau untuk mencoba lagi yakinlah kesuksesan itu tidak akan tercapai.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii
LEMBAR BUKTI PERBAIKAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN.....	v
PRAKATA	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTO	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Teori.....	6
2.1.1 Persepsi	6
2.1.2 Belanja Online	6
2.1.3 Belanja Offline.....	10
2.1.4 Tinjauan Tentang Kewirausahaan	14
2.1.5 Persepsi Mahasiswa Terhadap Kewirausahaan.....	15
2.2 kajian Penelitian yang Relevan	22
2.3 kerangka Konseptual.....	23

2.5 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	26
3.2. Lokasi Penelitian	26
3.3 Populasi dan Sampel	26
3.3.1 Polpulasi	26
3.3.2 Sampel.....	26
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	27
3.4 Jenis Data	28
3.5 Definisi Operasional	28
3.5.1 Belanja Online	28
3.5.2 Belanja Offline.....	28
3.5.3 Nilai Kewirausahaan	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.7 Pengujian Instrumen	30
3.7.1 Uji Validitas	30
3.7.2 Uji Reabilitas	31
3.8 Teknik Analisis Data.....	31
3.8.1 Statistik Deskriptif	31
3.8.2 Uji Persyaratan Analisis	32
3.8.2 Uji Hipotesis	33
BAB IV PEMBAHASAN.....	36
4.1 Hasil	36
4.1.1 Uji Validitas	36
4.1.2 Uji Reliabilitas	37
4.1.3 Analisis Deskriptif	38
4.1.4 Uji Persyaratan Analisis	43
4.1.5 Uji Hipotesis	45
4.2 Pembahasan.....	47
BAB V KESIMPULAN	50
5.1 Kesimpulan	50

5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Bentuk Nilai-nilai dan Perilaku Kewirausahaan.....	21
Tabel 3.1 Populasi Penelitian	26
Tabel 3.2 Sampel Penelitian	28
Tabel 3.3 Skala Ukur Kuesioner	30
Tabel 3.4 Kisi-kisi Kuesioner	30
tabel 3.5 Kategori Tingkat Ketercapaian	32
Tabel 4.1 Hasil Pengujian Reabilitas Belanja Online (X1), Belanja Offline (X2), Nilai Kewirausahaan (Y)	38
Tabel 4.2 Mean, Median, Modus Variabel Belanja Online	39
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Belanja Online	39
Tabel 4.4 Mean, Median, Modus Variabel Belanja Offline.....	40
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Belanja Offline.....	41
Tabel 4.6 Mean, Median, Modus Variabel Nilai Kewirausahaan.....	42
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Nilai Kewirausahaan.....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4.9 Uji Linierlitas	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Ganda	46
Tabel 4.11 Hasil Penujian Uji F	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Diagram Distribusi Frekuensi Data Variabel Belanja Online	40
Gambar 4.2 Diagram Distribusi Frekuensi Variabel Belanja Offline	41
Gambar 4.3 Diagram Distribusi Frekuensi Variabel Nilai Kewirausahaan	43
Gambar 4.4 Grafik Dasar Pengambilan Keputusan	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Uji Coba.....	54
Lampiran 2 Uji Validasi Hasil Spss	59
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Kuesioner Belanja Online.....	77
Lampiran 4 Hasil Validitas Kuesioner Belanja Offline	78
Lampiran 5 Hasil Validasi Kuesioner Nilai Kewirausahaan	79
Lampiran 6 Uji Reabilitas Belanja Online, Offline, dan Nilai kewirausahaan...	80
Lampiran 7 Angket Pengambilan Data Sampel	81
Lampiran 8 Hasil Angket Penelitian Variabel Belanja Online	86
Lampiran 9 Hasil Angket Penelitian Belanja Offline	88
Lampiran 10 Hasil Angket Penelitian Nilai Kewirausahaan	93
Lampiran 11 Total berdasarkan Variabel Belanja Online, Offline, Nilai Kewirausahaan	101
Lampiran 12 Hasil Perhitungan Variabel Belanja Online, Offline dan Nilai kewirausahaan	102
Lampiran 13 Hasil Uji Normalitas	107
Lampiran 14 Hasil Uji Linierlitas Menggunakan Spss	108
Lampiran 15 Hasil Uji Hipotesis Menggunakan spss	109
Lampiran 16 Perhitungan Untuk Mencari t tabel dan F tabel	110
Lampiran 17 Tabel Distribusi r	111
Lampiran 18 Tabel Distribusi t	112
Lampiran 19 Tabel Distribusi F	113
Lampiran 20 Kartu Bimbingan Skripsi.....	114
Lampiran 21 Persetujuan Dosen PA	115
Lampiran 22 Surat Verivikasi Judul	117
Lampiran 23 Surat Kediaan Pembimbing.....	118
Lampiran 24 SK Pembimbing.....	119
Lampiran 25 SK Penelitian	121
Lampiran 26 Surat Pernyataan Validasi.....	122
Lampiran 27 Surat Keterangan Bebas Pustaka	123

Lampiran 28 Hasil Wawancara Pra Penelitian.....	124
Lampiran 29 Penyebaran Angket penelitian	129
Lampiran 30 Surat Keterangan Pengecekan Similarity	130

Pengaruh Persepsi Belanja Online dan Offline terhadap Nilai Kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan Teknik Mesin

Dibuat Oleh :

Agus Wibowo

Nim : 06121181823014

Pembimbing : Elfahmi Dwi Kurniawan, S.Pd., M.Pd.T.

Email : aguswibowo154@gmail.com

Program Studi Pendidikan Teknik Mesin

ABSTRAK

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi belanja online dan offline terhadap nilai kewirausahaan mahasiswa Pendidikan Teknik mesin. Penelitian dilaksanakan pada semester genap 2021-2022. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Teknik Mesin Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sriwijaya yang berjumlah 186. Sampel berjumlah 125 mahasiswa dengan Teknik pengambilan sampel yaitu *stratified random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa $F_{hitung} 18,718 \geq F_{tabel} 3,07$, sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh persepsi belanja online (X_1) dan belanja offline X_2 secara bersama-sama terhadap nilai kewirausahaan Mahasiswa pendidikan Teknik Mesin (Y).

Kata kunci : Belanja Online, Offline, Nilai Kewirausahaan.



The Effect of Online and Offline Shopping Perceptions on the Entrepreneurial Value of Mechanical Engineering Education Students

create by

Agus Wibowo

Nim : 06121181823014

Avisors : Elfahmi Dwi Kurniawan,S.Pd.,M.Pd.T.

E-mail : aguswibowo154@gmail.com

Mechanical Engineering Education Program

ABSTRACK

This type of research is an associative research with a quantitative approach that aims to determine the effect of online and offline shopping perceptions on the entrepreneurial value of Mechanical Engineering Education students. The research was carried out in the even semester of 2021-2022. The population in this study were students of Mechanical Engineering Education, Faculty of Teacher Training and Education, Sriwijaya University, totaling 186. The sample was 125 students with the sampling technique of stratified random sampling. Data collection techniques using a questionnaire. Based on the results of the study, it shows that $F_{Calculate} 18,718 > F_{Table}$, so it can be concluded that there is an effect of online shopping perception (X_1) and X_2 offline shopping together the entrepreneurial value of mechanical engineering education students (Y).

Keywords: *Online Shopping, Offline, Entrepreneurial Value.*



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan kewirausahaan Indonesia meningkat sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini dibuktikan dengan munculnya start-up baru untuk memulai bisnis, dan istilah kerennya sekarang adalah startup. Saat ini banyak pengusaha muda yang merintis bisnis di Indonesia (Dhety, 2020). Internet telah mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia. Hal ini tercermin dari jumlah pengguna internet di semua wilayah. Siapapun, tua atau muda, dapat mengakses Internet untuk berbelanja. Gunakan alat canggih seperti smartphone dan komputer yang terhubung ke internet.

Internet di Indonesia banyak digunakan untuk berbagai jenis kegiatan, termasuk dalam bidang bisnis, dan segala sesuatu mulai dari proses jual beli dan pemasaran menggunakan internet yang dikenal dengan *E-commerce* atau belanja online selalu terkoneksi dengan internet (Loekamt,A, 2012). Menurut Kasali (2015), jumlah pengguna Internet di seluruh dunia melebihi 200 juta, 67 di antaranya berada di Amerika Serikat, dan penggunaan Internet di Indonesia sendiri berlipat ganda setiap 100 hari. Perkembangan di bidang teknis juga dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Ini juga umum di dunia pemasaran dan bisnis. Penggunaan internet sudah umum digunakan oleh sebagian besar masyarakat untuk belanja online.

Perkembangan belanja online di Indonesia saat ini sangat pesat. Belanja online merupakan bagian dari *E-commerce* yang mengacu pada aktivitas bisnis yang menggunakan teknologi komunikasi seperti internet sebagai medianya (Grant & Meadws, 2008). *E-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk perdagangan atau transaksi barang atau jasa (transaksi barang dan jasa) dengan menggunakan media elektronik. *E-commerce* sendiri mencakup transaksi melalui internet, seperti business-to-business (BC2) dan business-to-business (B2B), serta transaksi dengan pertukaran data terstruktur dengan

menggunakan sarana elektronik (Ustadiyanto, 2012). Sebagai pengusaha *E-commerce*, Anda juga harus bisa memiliki nilai kewirausahaan.

Nilai kewirausahaan dalam sebuah wirausaha sering dikatakan dengan sikap dan karakteristik wirausaha, bagaimana seseorang wirausaha dapat melakukan tanggung jawab dalam melakukan tugasnya, bagaimana suatu kegiatan dalam mengambil suatu keputusan, bagaimana sikap terhadap bawahan sehingga dapat memberikan motivasi bagi para pekerja. Nilai - nilai kewirausahaan juga bisa diketahui dari suatu kegiatan manajerial seperti kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan sampai tahap pengontrolan, (Armalinda, 2020). Pada umumnya penjual bersikap sopan, ramah, dan penuh perhatian untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan konsumen. Saat berbelanja online, konsumen tidak dapat secara langsung melihat atau merasakan sikap penjual yang sopan, ramah dan bijaksana, karena tidak dapat bertemu langsung dengan penjual. Sebaliknya, belanja offline dapat melihat dirinya sendiri dan menghadirkan kepuasan bagi konsumen yang menawarkan layanan prima (Kusumandani, 2017).

Belanja offline mengacu pada proses penjualan barang dan jasa secara langsung, di mana produsen dan konsumen bertemu dan melakukan transaksi jual beli. Tujuan pemasaran offline adalah untuk memberitahukan secara langsung kepada pembeli tentang produk atau jasa yang mereka butuhkan tanpa menunggu pelanggan menanyakan informasi tentang produk tersebut (Cahyono, 2017). Sebagai pelaku bisnis pemasaran langsung harus memiliki Perilaku sebagai seorang yang memiliki nilai kewirausahaan yang tinggi sehingga dapat menanamkan jiwa kewirausahaan, Menanamkan Mental Disiplin pada pembeli, berani mempresentasikan mengenai kegunaan dan kekurangan dari barang yang hendak dibeli, harus ada rasa inisiatif yang tinggi, dan Berani Mengambil Resiko (Cholida, Wahyuni, & Widodo, 2020).

Peneliti melakukan wawancara kepada 5 mahasiswa pendidikan Teknik mesin sebelum penelitian terhadap masalah yang sering terjadi dalam belanja offline dan belanja offline terhadap nilai kewirausahaan yaitu kebanyakan orang

sering merasakan kesulitan dalam mencari barang, banyaknya memakan waktu dalam mencari barang dari toko A ke toko B, harga barang sedikit relatif lebih mahal. Sulitnya mencari barang dikarenakan di setiap toko belum tentu memiliki barang yang diharapkan. banyaknya memakan waktu dalam mencari barang dari toko A ke B yang karena oleh toko tersebut yang memiliki jarak yang jauh. Harga barang sedikit relatif lebih mahal karena harus membayar tempat dan karyawan sehingga penjual menaikkan sedikit harga barang tersebut. Masalah saat belanja online lambatnya respon penjual ke pembeli, adanya penipuan seperti bahan yang tipis, deskripsi yang dicantumkan tidak sesuai, barang sudah dibayar tetapi barang tidak langsung dikirim. lambatnya respon penjual terkadang dapat membuat menyebabkan pembeli beralih ketoko lain. Banyaknya kasus penipuan dalam pembelian online seperti bahan yang tipis. deskripsi barang tidak sesuai dengan barang yang sudah datang kerumah. Lambatnya proses pengiriman terhadap barang yang sudah dibayar yang menyebabkan rasa ketidakpuasan terhadap pelayanan belanja online. Nilai kewirausahaan tak luput juga dari masalah yaitu membutuhkan modal yang besar. resiko pendapatan yang tak pasti, sulitnya menarik perhatian terhadap minat konsumen, memiliki tempat yang kurang strategis, dan kurangnya kepercayaan diri dalam berwirausaha. Modal sering jadi penghambat seseorang untuk melakukan suatu wirausaha jika tidak ada modal maka akan sulit untuk menjalankan ide yang direncanakan. Sulitnya Menarik minat konsumen karena kita harus meyakinkan suatu produk yang telah dibuat. Sebagai wirausaha harus memiliki tempat yang strategis jika kita memiliki tempat yang jauh dari keramaian maka barang yang kita jual akan susah untuk dijual. Kurangnya percaya diri dalam menghadapi persaingan bisnis.

Berdasarkan masalah yang dikemukakan di latar belakang, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap masalah-masalah berdasarkan persepsi mahasiswa yang sering melakukan belanja online dan offline terhadap nilai kewirausahaan. Pada penelitian ini dapat di kelompokkan menjadi 3 pokok masalah. yaitu belanja online, belanja offline dan nilai kewirausahaan, oleh karena itu penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagai mana

persepsi mahasiswa pendidikan Teknik mesin terhadap pelayanan belanja offline dan online sehingga dapat menanamkan nilai kewirausahaan. Oleh karena itu judul penelitian ini adalah “Pengaruh Persepsi Belanja Online Dan Offline Terhadap Nilai Kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan Teknik Mesin”

1.2. Identifikasi Masalah

Untuk memudahkan pembahasan dan mencapai hasil yang diharapkan, penulis berpendapat bahwa masalah yang akan dibahas perlu diidentifikasi. Dalam penelitian ini, penulis mengidentifikasi penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Lambatnya respon penjual pada pembeli.
2. Banyaknya kasus penipuan yang dilakukan oleh penjual toko online.
3. Lambatnya proses pengiriman barang ketujuan.
4. Sulitnya mencari barang yang ingin hendak dibeli.
5. Belanja di toko offline lebih mahal dari pada offline.
6. Memerlukan cukup modal untuk berwirausaha.
7. Harus memiliki tempat usaha yang strategis.
8. Kurangnya Percaya diri dalam menghadapi persaingan bisnis.
9. Sulitnya menarik minat konsumen.
10. Pendapatan yang tak pasti.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah buat, maka penulis dapat memberi Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Objek dalam penelitian ini mahasiswa Pendidikan Teknik Mesin Universitas Sriwijaya angkatan 2018, 2019 dan 2020 yang pernah melakukan transaksi belanja online.
2. Belanja online dari penggunaan aplikasi Lazada, Shoope, Bukalapak, Tokopedia.
3. Belanja offline dari pengalaman belanja dipasar, mini market, mall.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut.

1. Adakah pengaruh persepsi belanja Online terhadap nilai Kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan Teknik Mesin?
2. Adakah pengaruh persepsi belanja Offline terhadap nilai Kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan Teknik Mesin?
3. Adakah pengaruh persepsi Belanja Online dan Belanja Offline terhadap Nilai Kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan Teknik Mesin?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui beberapa pengaruh antara lain:

1. Pengaruh persepsi belanja Online terhadap nilai Kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan Teknik Mesin.
2. Pengaruh persepsi belanja Offline terhadap nilai Kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan Teknik Mesin.
3. Pengaruh persepsi Belanja Online dan Belanja Offline terhadap Nilai Kewirausahaan Mahasiswa Pendidikan Teknik Mesin.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya :

a. Bagi Akademis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pustakawan, dan penelitian ini akan membawa manfaat praktis, membangun dan memotivasi kewirausahaan mahasiswa untuk mencapai tujuan membangun kewirausahaan mahasiswa.

b. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan referensi pengetahuan mahasiswa tentang pemanfaatan Belanja Online dan Belanja Offline terhadap nilai kewirausahaan pada matakuliah kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAK

- Cahyono, (2017). Analisa Kekuatan Strategi Pemasaran Melalui Online Marketing, Offline Marketing dan Service Excellent Terhadap Loyalitas Konsumen PT. Adinata Graha Raya Kaliwungu Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening, Universitas Pandanaran. *Jurnal Mahasiswa Jurusan Managemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran*. 3(3) : 1-13.
- Cheng, Y. C. & Yazdanifard, R. (2014). How Customer Perception Shape buying Online Decision. *Global Journal inc*. 2249 – 4588 & 0975 - 5853.
- Daulay, D, W. (2019). Pengaruh Online Marketing Dan Offline Marketing Terhadap Brand Image Lego. *Skripsi*. Medan: universitas sumatera utara
- Dusselman. (1989: 16). Seseorang Yang Memiliki Jiwa Kewirausahaan. <http://dimas347.wordpress.com/2009/05/25/nilai-nilaihakikikewirausahaan>. Diakses pada 15 april 2022.
- FKIP UNSRI. (2020). *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Inderalaya : FKIP UNSRI.
- Hansen & Mowen. (2004). *Manajemen Biaya Edisi bahasa Indonesia*. Buku Kedua. Jakarta.
- Kasmir. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Katawetawaraks, Chayapa., & Wang, Cheng Lu. 2011. Online Shopper Behavior : Influences Of Online Shopping Decision. *Asian Journal of Business Research*. 1(2).
- Kusumanadani,L.(2016) Pengaruh Tata Letak Dan Minat Beli Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.
- Lalwani, D. (2016). Young Consumers Online and Offline Channel Purchase Behavior. *Master Degree Thesis International Bussiness Management- A Nordic Focus*.
- Lienda,A. (2020). Penyuluhan Dalam Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Dan Memulai Usaha Produktif Pada Masyarakat Desa Bandung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2 (1) : 27-30.
- Loekamto, A. (2012). Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Online Shopping. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* 1(3).

- Muna, (2019). Pengaruh Pembelian Online dan Pembelian Offline terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada 3Second Yogyakarta). Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Nusarika, L, A. K., & Purnamai, I, M. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online (studi pada produk fashion online di kota Denpasar). *Jurnal Manajemen Unud*. 4(8) : 2380 - 2406
- Rizqiani.M.N, (2015). Pengaruh Persepsi Konsumen Tentang Resiko, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Toko Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sari, A, P. (2019). Pengaruh Online Shop Terhadap Minat Usaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu. *Skripsi*. Belngkmunaulu : IAIN Bengkulu.
- Sukirno, Sadono. (2015). Makroekonomi Teori Pengantar. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2011). *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Ustadiyanto. (2012). *E-Business Plan (Perencanaan, Pembangunan, dan Strategi di Internet)*. Yogyakarta: Andi.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Malang : Edulitera.

