

PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*, *LOCUS OF CONTROL* DAN INOVASI TERHADAP KINERJA BISNIS ONLINE

THE EFFECT OF USE E-COMMERCE, LOCUS OF CONTROL AND INNOVATION ON ONLINE BUSINESS PERFORMANCE

**KOMANG YUDI DARMA PUTRA*, GEDE MEKSE KORRI
ARISENA²**

Fakultas Pertanian, Universitas Udayana

*yudidarmaputraa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik, menganalisis tingkat serta pengaruh penggunaan e-commerce, locus of control dan inovasi terhadap kinerja bisnis online mahasiswa Gedung Agrokomplek Universitas Udayana. Gedung Agrokomplek menaungi mahasiswa dengan latar belakang ilmu pertanian dalam arti yang luas meliputi Fakultas Pertanian, Fakultas Peternakan dan Fakultas Teknologi Pertanian sehingga penelitian ini dapat melihat bagaimana kewirausahaan pada generasi muda yang bergerak di bidang pertanian. Sampel penelitian berjumlah 96 orang dengan teknik pengambilan sampel yaitu snowball sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif dan PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Pelaku bisnis online mahasiswa Gedung Agrokomplek mayoritas berjenis kelamin perempuan dan telah menjalankan usaha selama 7-12 bulan 2) Tingkat penggunaan e-commerce, locus of control internal, inovasi dan kinerja bisnis online mahasiswa Gedung Agrokomplek berada pada kategori baik, sementara tingkat locus of control external memiliki kategori sangat tidak baik, 3) Penggunaan e-commerce, locus of control internal dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, sementara locus of control external berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja bisnis.

Kata Kunci : Penggunaan E-Commerce, Locus of Control, Inovasi, Kinerja Bisnis

ABSTRACT

This study aims to determine the characteristics, analyze the level and influence of the use of e-commerce, locus of control and innovation on the online business performance of Udayana University Agrocomplex Building students. The Agrocomplex building houses students with a broad background in agricultural science including the Faculty of Agriculture, the Faculty of Animal Husbandry and the Faculty of Agricultural Technology so that this research can see how entrepreneurship in the younger generation is engaged in agriculture. The research sample is 96 people with the sampling technique that is snowball sampling. The data analysis method used is descriptive and PLS-SEM. The results showed that: 1) The majority of online business actors in Agrocomplex Building students are female and have been running businesses for 7-12 months 2) The level of e-commerce usage, internal locus of control, innovation and online business performance of Agrocomplex Building students is in the category good, while the level of external locus of control has a very bad category, 3) The use of e-commerce, internal locus of control and innovation has a positive and significant effect on business performance, while external locus of control has a negative and insignificant effect on business performance.

Keywords: E-Commerce, Locus of Control, Innovation, Business Performance

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi pada era digital yang kompleks dan semakin

pesat memberikan dampak pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Perkembangan ini memunculkan

istilah-istilah baru seperti *e-bussiness*, *e-commerce*, dan lainnya. Kekuatan perkembangan teknologi era digital pada bisnis tidak hanya didominasi oleh perusahaan, namun juga oleh individu-individu dengan semakin berkembangnya pengguna internet pada perangkat *mobile*. Peningkatan penggunaan internet dan tersedianya berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh *smartphone* merupakan salah satu alasan mengapa bisnis *online* memiliki peluang yang menjanjikan. Bisnis *online* menjadi salah satu industri bisnis yang sangat potensial dimana saat ini tren dengan belanja *online* sedang marak diterapkan oleh masyarakat seluruh dunia, termasuk Indonesia. Penggunaan *e-commerce*, pengelolaan *locus of control* dan inovasi menjadi strategi pengembangan bisnis yang paling banyak dipilih oleh pelaku bisnis *online* dengan berorientasi pada pemanfaatan teknologi, peningkatan kualitas SDM dan pembaruan sistem. Pelaku bisnis *online* banyak dijalankan oleh kalangan orang dewasa seperti mahasiswa. Tujuan dari mereka rata-rata yaitu untuk menambah uang saku, menambah pengalaman dalam berbisnis dan lain-lain. Mahasiswa di Gedung Agrokomples Universitas Udayana terdiri atas tiga fakultas yang berada pada rumpun ilmu pertanian dalam arti yang luas meliputi

fakultas pertanian, fakultas peternakan dan fakultas teknologi pertanian. Mahasiswa Gedung Agrokomples Universitas Udayana identik dengan jiwa sosial yang tinggi dan kepekaan terhadap kondisi lingkungan serta memiliki minat yang besar dalam berwirausaha.

Bisnis yang baik adalah bisnis yang mampu mengimplementasikan teknologi di dalamnya. *E-commerce* adalah salah satu bentuk nyata dari implementasi teknologi dalam meningkatkan kinerja bisnis. Pelaku bisnis online mahasiswa di Gedung Agrokomples Universitas Udayana menggunakan *e-commerce* sebagai salah satu strategi pengembangan bisnis dengan pemanfaatan teknologi untuk memperluas pemasaran, memudahkan pengelolaan bisnis dan memberi lebih banyak keuntungan. Dalam mengelola suatu bisnis yang berorientasi pada profit, banyak tantangan yang harus dihadapi oleh seorang pelaku bisnis. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis harus mampu mengendalikan diri (*locus of control*). *Locus of control* pada pelaku bisnis online mahasiswa di Gedung Agrokomples Universitas Udayana perlu diperhatikan dan diupayakan agar terkendali dengan baik sehingga dapat memaksimalkan kinerja bisnis *online*.

Persaingan bisnis yang semakin

ketat menyebabkan setiap pelaku bisnis saling berlomba menciptakan inovasi demi mempertahankan eksistensinya bisnisnya. Inovasi penting dilakukan dalam upaya memenuhi permintaan pasar yang semakin beragam. Hal ini mengharuskan pelaku bisnis untuk memiliki kemampuan berinovasi yang baik guna meningkatkan daya saingnya. Inovasi pada pelaku bisnis online mahasiswa di Gedung Agrokomplek Universitas Udayana dilakukan sebagai bentuk peningkatan kualitas bisnis dalam hal produk, proses, pemasaran dan layanan sehingga diharapkan memiliki nilai unggul dibanding bisnis sejenis dan siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Beberapa hal yang akan dikaji dan diperdalam mencakup; bagaimana karakteristik pelaku bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomplek Universitas Udayana; seberapa besar tingkat penggunaan *e-commerce*, *locus of control*, inovasi dan kinerja bisnis pada pelaku bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomplek; dan seberapa signifikan pengaruh penggunaan *e-commerce*, *locus of control* dan inovasi terhadap kinerja bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomplek Universitas Udayana.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Gedung Agrokomplek Universitas Udayana yang bertempat di Jl. P.B. Sudirman, Dauh Puri Klod, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan Juli 2022 hingga November 2022.

Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini memfokuskan untuk mengetahui karakteristik pelaku bisnis *online* dan menganalisis tingkat serta pengaruh penggunaan *e-commerce*, *locus of control* dan inovasi terhadap kinerja bisnis pada pelaku bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomplek Universitas Udayana. Jenis penelitian ini adalah asosiatif kausal

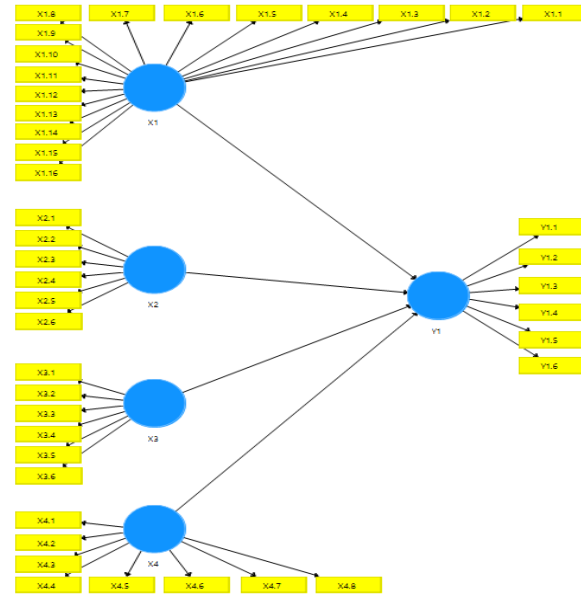
Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif yang bersumber dari data primer serta data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei, wawancara dan dokumentasi. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *snowball sampling*.

Teknik Analisis

Analisis data dalam penelitian ini akan dilaksanakan berdasarkan tujuan penelitian. Penyajian data tujuan satu (menganalisis karakteristik pelaku bisnis

online) akan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan disajikan dalam bentuk tabel perhitungan persentase. Persentase diperoleh dengan membandingkan jumlah frekuensi jawaban dari banyaknya sampel yang dikalikan 100%. Analisis tujuan kedua (menganalisis tingkat penggunaan e-commerce, locus of control, inovasi dan kinerja bisnis) menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Data hasil penelitian akan dideskripsikan secara kuantitatif menggunakan interval kelas dengan mengintegrasikan rata-rata skor menurut kategori penilainya. Analisis tujuan ketiga (menganalisis pengaruh penggunaan e-commerce, locus of control dan inovasi terhadap kinerja bisnis online) menggunakan analisis Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM) dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 3.0. Model kerangka persamaan struktural dari penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Model Kerangka Persamaan Struktural

Keterangan :

- X₁ = Penggunaan *E-Commerce*
- X_{1.1} = Kenyamanan akses
- X_{1.2} = Respon sistem
- X_{1.3} = Keadaptasian sistem
- X_{1.4} = Keandalan sistem
- X_{1.5} = Akurasi informasi
- X_{1.6} = Keragaman informasi
- X_{1.7} = Informasi yang *update*
- X_{1.8} = Jaminan
- X_{1.9} = Pelayanan purna jual
- X_{1.10} = Kecepatan Respon
- X_{1.11} = Keamanan penggunaannya
- X_{1.12} = Layanan pelanggan
- X_{1.13} = Tingkat kepuasan
- X_{1.14} = Efisiensi waktu
- X_{1.15} = Mempermudah pekerjaan
- X_{1.16} = Menambah pengetahuan
- X₂ = Locus of Control Internal
- X_{2.1} = Percaya diri
- X_{2.2} = Mandiri.
- X_{2.3} = Berpengaruh terhadap orang
- X_{2.4} = Memiliki kendali yang baik
- X_{2.5} = Suka bekerja keras
- X_{2.6} = Aktif mencari informasi
- X₃ = Locus of Control External
- X_{3.1} = Pesimis
- X_{3.2} = Mudah menyerah

- X_{3.3} = Bergantung pada orang lain
 X_{3.4} = Kurang memiliki inisiatif
 X_{3.5} = Memiliki kendali yang buruk
 X_{3.6} = Tidak suka mencari informasi
 X₄ = Inovasi
 X_{4.1} = Kualitas produk
 X_{4.2} = Pengembangan fitur produk
 X_{4.3} = Penghematan biaya
 X_{4.4} = Membangun *platform* bisnis
 X_{4.5} = Teknik Pemasaran kekinian
 X_{4.6} = Media pemasaran baru
 X_{4.7} = Mengembangkan layanan
 X_{4.8} = Membuat interaksi baru
 Y₁ = Kinerja Bisnis
 Y_{1.1} = Peningkatan pendapatan
 Y_{1.2} = Peningkatan keuntungan
 Y_{1.3} = Peningkatan volume penjualan
 Y_{1.4} = Peningkatan pangsa pasar
 Y_{1.5} = Peningkatan jumlah pelanggan

- Y_{1.6} = Peningkatan kepuasan pelanggan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pelaku Bisnis Online Mahasiswa Gedung Agrokomplek

Karakteristik pelaku bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomplek Universitas Udayana akan dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, umur, bidang usaha, lama usaha, sumber modal dan omzet per bulan pelaku bisnis *online*.

Tabel 1. Analisis Deskriptif Kualitatif

	Karakteristik	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	41	42,7
	Perempuan	55	57,3
Usia	19 Tahun	8	8,3
	20 Tahun	24	25
	21 Tahun	52	54,2
	22 Tahun	12	12,5
Bidang Usaha	Pertanian	40	41,7
	Non-Pertanian	56	58,3
Lama Usaha	3-6 Bulan	31	32,3
	7-12 Bulan	40	41,7
	13-18 Bulan	4	4,2
	19-24 Bulan	13	13,5
	>24 Bulan	8	8,3
Sumber Modal	Keluarga	69	71,9
	Program Pemerintah/Kampus	22	22,9
	Kolaborasi Bersama Teman	4	4,2
	Pinjaman Online	1	1
Omzet per Bulan	100.000-500.000	50	52,1
	600.000-1.000.000	24	25
	1.100.000-2.000.000	8	8,3
	2.100.000-3.000.000	2	2,1
	3.100.000-5.000.000	5	5,2
	>5.000.000	7	7,3

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa karakteristik pelaku bisnis online mahasiswa di Gedung Agrokomples mayoritas berjenis kelamin perempuan. Hal ini dapat diakibatkan oleh aksesabilitas jangkauan pada *e-commerce* yang lebih didominasi oleh perempuan dibandingkan laki-laki sesuai dengan hasil survei yang dilakukan oleh BPS tahun 2020, sehingga penggunaan *e-commerce* dalam suatu bisnis *online* cenderung lebih banyak dijalankan oleh perempuan.

Mayoritas mahasiswa yang menjadi pelaku bisnis *online* di Gedung Agrokomples Universitas Udayana adalah berusia 21 tahun dengan persentase 54,2%, kemudian disusul pada peringkat kedua yaitu usia 20 tahun sebanyak 24 orang dengan persentase 25%. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuanita (2018) menyatakan bahwa mahasiswa yang berusia 20-21 tahun lebih memahami etika bisnis dan memiliki tingkat kepatuhan pembayaran pajak yang lebih tinggi dibandingkan usia 18-19 tahun. Pemahaman terhadap etika bisnis ini dapat meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa untuk berani menjalankan suatu bisnis.

Sebagian besar pelaku bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomples Universitas Udayana memiliki lama usaha

antara 7-12 bulan yaitu sebanyak 40 orang dengan persentase 41,7%. Hal ini dapat disebabkan karena sebagian besar pelaku bisnis *online* baru memulai usaha pada saat memasuki bangku perkuliahan yang dimana menjadi masa peralihan dari remaja menuju dewasa. Menurut Pegadaian (2018) Fenomena generasi muda baru memulai bisnis sejak masa perkuliahan dikarenakan banyaknya keuntungan yang akan didapatkan seperti: (1) Memiliki akses terbaik untuk belajar dan berkembang dengan bantuan dosen-dosen yang ahli (2) Lebih mudah mendapatkan modal karena pemerintah menyediakan banyak program yang mendukung para mahasiswa untuk memulai wirausaha (3) Adanya potensi pasar yang menjanjikan di lingkungan kampus karena adanya ribuan mahasiswa yang dapat dijadikan sebagai target pasar.

Pelaku bisnis online mahasiswa di Gedung Agrokomples Universitas Udayana mayoritas memiliki memilih bidang usaha non-pertanian yaitu sebanyak 56 orang atau 58,3%. Hal ini menunjukkan rendahnya minat mahasiswa dengan latar belakang ilmu pertanian untuk menggeluti sektor tersebut. Hasil ini sejalan dengan riset yang dilakukan oleh Nainggolan (2022) pada 577 mahasiswa Institut Pertanian Bogor (IPB) menunjukkan bahwa lulusan pertanian memiliki minat

yang rendah untuk bergelut di sektor ini yaitu rata-rata 5,65 dari 10, jauh di bawah rata-rata keinginan mereka untuk membuka bisnis di sektor lain yaitu sebesar 8,29. Berdasarkan hasil riset, rendahnya minat mahasiswa untuk menggeluti bidang pertanian yaitu karena kurangnya pengetahuan, rendahnya kepercayaan diri, stigma, hingga ketiadaan dukungan dari orang tua dan pendidik.

Sebagian besar pelaku bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomples Universitas Udayana mendapatkan modal yang bersumber dari keluarga yaitu sebanyak 71 orang atau 71,9%. Ketika memutuskan untuk menciptakan suatu bisnis, tantangan pertama yang dihadapi mahasiswa yaitu keterbatasan modal berupa uang. Alternatif solusi pertama yang dipilih yaitu dengan meminta bantuan keluarga karena dinilai lebih aman dan dapat dipercaya. Menurut Murdiyatmo (2008) sumber modal dari keluarga memiliki beberapa kelebihan yaitu: (1) Tidak ada biaya seperti biaya bunga atau biaya administrasi sehingga tidak menjadi beban (2) Tidak tergantung pada pihak lain, artinya perolehan dana diperoleh dari setoran pemilik modal (3) Tidak memerlukan persyaratan yang rumit dan memakan waktu yang relatif lama (4) Tidak ada keharusan pengembalian modal, artinya modal yang

ditanamkan akan tertanam lama dan tidak ada masalah seandainya pemilik modal mau mengalihkan ke pihak lainnya. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, mayoritas pelaku bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomples Universitas Udayana lebih memilih mendapatkan sumber modal dari keluarga.

Mayoritas pelaku bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomples Universitas Udayana menghasilkan omzet yang berkisar antara Rp.100.000-500.000/bulan yang dapat dinyatakan tergolong kecil. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marcela (2018) bahwa sebagian besar mahasiswa non-akuntansi hanya mampu menghasilkan omzet sebesar <500 ribu atau tergolong kecil. Merujuk pendapat Havighurst dalam Sobur (2003) tentang fase dan tugas perkembangan manusia, maka mahasiswa berada pada fase masa muda dengan tugas mempersiapkan diri mandiri secara ekonomi, sehingga mahasiswa juga dapat mempersiapkan diri sebagai karyawan/pebisnis. Bersiap menjadi pebisnis mengandaikan mahasiswa bertekun menjalani bisnis dan berusaha memahami aspek-aspek bisnis secara benar. Dalam konteks ini, mahasiswa yang menyiapkan diri menjadi seorang pebisnis harus mampu menyeimbangkan antara

aktivitas belajar dengan aktivitas bisnis.

Kondisi di lokasi penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan pelaku bisnis *online* menyeimbangkan antara aktivitas kuliah dan menekuni bisnis masih tergolong rendah. Dengan kata lain, mahasiswa di Gedung Agrokomples belum bisa menyelaraskan fokus. Hal tersebut dapat dilihat dari kemajuan pada bidang akademik (lulus setiap mata kuliah) tidak diikuti dengan kemajuan di bidang bisnis (omzet bisnis *online* yang masih tergolong kecil). Berkaitan dengan hal tersebut, mahasiswa selaku pelaku bisnis *online* harus terus melatih diri dan mengupayakan bimbingan baik itu dari dalam kampus maupun lembaga di luar kampus yang memiliki perhatian pada pengembangan dunia usaha.

Tingkat Penggunaan *E-Commerce*, *Locus of Control*, Inovasi dan Kinerja Bisnis

Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif terhadap masing-masing variabel dengan melihat nilai rata-rata (*mean*) pada setiap indikator. Berikut hasil analisis deskriptif kuantitatif yang dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif Kuantitatif

Variabel	Mean	Kategori
<i>E-Commerce</i>	4,173	Baik
<i>Locus of Control Internal</i>	4,085	Baik
<i>Locus of Control External</i>	1,424	Sangat Tidak Baik
Inovasi	4,087	Baik
Kinerja Bisnis	4,078	Baik

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis deskriptif kuantitatif mengenai variabel penggunaan *e-commerce* diperoleh total skor rata-rata (*mean*) yaitu sebesar 4,173. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara umum pelaku bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomples memiliki tingkat penggunaan *e-commerce* yang baik.

Hasil analisis deskriptif kuantitatif mengenai variabel *locus of control internal* diperoleh total skor rata-rata (*mean*) yaitu sebesar 4,085. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum pelaku bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomples memiliki tingkat *locus of control internal* yang baik.

Menurut hasil analisis deskriptif kuantitatif pada variabel *locus of control external* diperoleh total skor rata-rata (*mean*) yaitu sebesar 1,424. Pelaku bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomples Universitas Udayana memiliki tingkat

locus of control external yang sangat tidak baik.

Hasil analisis deskriptif kuantitatif mengenai variabel inovasi diperoleh total skor rata-rata (*mean*) yaitu sebesar 4,087. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas pelaku bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomplek memiliki tingkat inovasi yang baik.

Analisis deskriptif kuantitatif mengenai variabel kinerja bisnis diperoleh total nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,078. Total nilai rata-rata merepresentasikan bahwa secara umum pelaku bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomplek memiliki tingkat kinerja bisnis yang baik.

Pengaruh Penggunaan *E-Commerce*, *Locus of Control* dan Inovasi terhadap Kinerja Bisnis *Online* Mahasiswa Gedung Agrokomplek

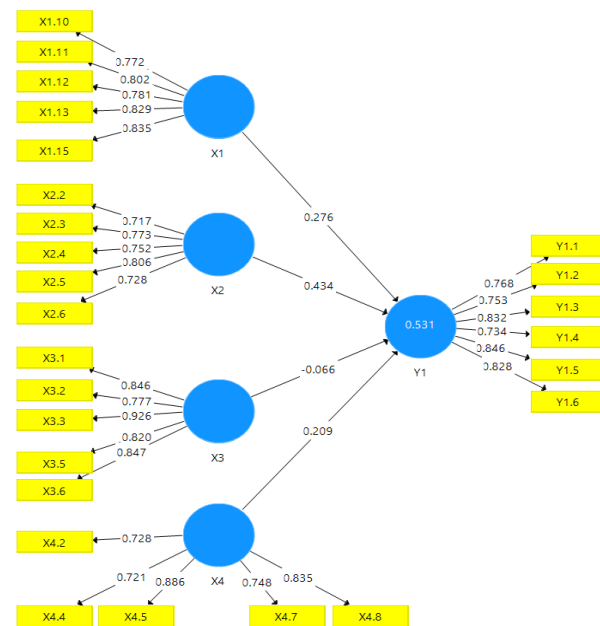
Evaluasi Outer Model

Penelitian ini *outer model* diuji menggunakan *convergent validity* yang terdiri dari *loading factor* dan *average variance extracted (AVE)*, *discriminant validity* yang terdiri dari atas *cross loading* dan akar AVE, serta uji reliabilitas yang terdiri dari *composite reliability* dan *cronbach's alpha*.

1. *Convergent Validity*

Suatu indikator dinyatakan ideal memenuhi *convergent validity* apabila nilai

outer loading > 0,7 dan nilai AVE yaitu > 0,5. Indikator yang memiliki nilai *outer loading* di bawah 0,7 atau nilai AVE dibawah 0,5 dianggap tidak valid dan harus dieliminasi (Bharmawan *et al*, 2019). Nilai *outer loading* dari masing-masing indikator dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 2. Hasil *Outer Model*

Indikator pada penelitian ini pada awalnya berjumlah 42, namun setelah dilakukan uji *convergent validity*, terdapat 16 indikator yang harus dieliminasi karena tidak memenuhi syarat dengan nilai *outer loading* lebih dari 0,7. Adapun indikator yang dieliminasi yaitu X1.1, X1.2, X1.3, X1.4, X1.5, X1.6, X1.7, X1.8, X1.9, X1.14, X1.16, X2.1, X3.4, X4.1, X4.3, X4.6. Berkaitan dengan hal tersebut, jumlah indikator akhir penelitian ini yaitu 26 indikator. Hasil penghitungan *average variance extracted (AVE)* dapat diuraikan

sebagai berikut.

Tabel 3. Nilai Average Variance

Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Penggunaan E- Commerce (X1)	0,647
Locus Of Control Internal (X2)	0,571
Locus Of Control External (X3)	0,713
Inovasi (X4)	0,618
Kinerja Bisnis (Y1)	0,631

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan sajian data pada tabel 5, diketahui bahwa nilai Ave pada seluruh variabel adalah $> 0,5$. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel tersebut valid.

2. Discriminant Validity

Uji *discriminant validity* dilihat melalui nilai akar AVE dan *cross loading*. Nilai akar AVE (*Fornell-Larcker Criterion*) harus lebih tinggi daripada korelasi antara variabel dengan variabel lainnya. Sementara pada *cross loading*, indikator dinyatakan memenuhi *discriminant validity* apabila

nilai *cross loading* indikator pada variabelnya adalah yang terbesar dibandingkan pada variabel lainnya. Nilai akar AVE dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Nilai Akar AVE (*Fornell-Larcker Criterion*)

	X1	X2	X3	X4	Y1
X1	0,804				
X2	0,417	0,756			
X3	0,023	- 0,104	0,845		
X4	0,370	0,392	0,012	0,786	
Y1	0,533	0,638	-0,102	0,480	0,795

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Kesimpulan dari hasil yang diperoleh tersebut dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki *discriminant validity* yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing. Pada tahap selanjutnya dalam uji *discriminant validity* yaitu menganalisa nilai *cross loading*. Berikut ini adalah nilai *cross loading* masing-masing indikator yang dapat ditunjukkan pada tabel 5.

Tabel 5. Nilai Cross Loading

No	Indikator	Variabel				
		Penggunaan E-Commerce	Locus Of Control Internal	Locus Of Control External	Inovasi	Kinerja Bisnis
1	X1.10	0,772	0,298	-0,076	0,200	0,350
2	X1.11	0,802	0,301	0,066	0,353	0,453
3	X1.12	0,781	0,213	0,035	0,366	0,416
4	X1.13	0,829	0,424	0,018	0,286	0,495
5	X1.15	0,835	0,428	0,032	0,268	0,407
6	X2.2	0,249	0,717	-0,115	0,377	0,444
7	X2.3	0,235	0,773	-0,144	0,241	0,641
8	X2.4	0,338	0,752	0,066	0,189	0,349

9	X2.5	0,378	0,806	-0,062	0,273	0,441
10	X2.6	0,422	0,728	-0,080	0,405	0,439
11	X3.1	0,031	-0,052	0,846	0,022	-0,034
12	X3.2	-0,012	-0,005	0,777	0,052	-0,010
13	X3.3	0,025	-0,139	0,926	0,018	-0,115
14	X3.5	0,019	-0,032	0,820	-0,015	-0,066
15	X3.6	0,058	-0,032	0,847	0,011	0,013
16	X4.2	0,287	0,285	0,023	0,728	0,304
17	X4.4	0,228	0,203	0,043	0,721	0,264
18	X4.5	0,310	0,337	-0,004	0,886	0,416
19	X4.7	0,229	0,170	0,056	0,748	0,261
20	X4.8	0,357	0,436	-0,028	0,835	0,525
23	Y1.1	0,387	0,756	-0,090	0,343	0,768
24	Y1.2	0,369	0,454	-0,058	0,353	0,753
25	Y1.3	0,549	0,461	-0,001	0,427	0,832
26	Y1.4	0,309	0,345	-0,174	0,443	0,734
27	Y1.5	0,466	0,421	-0,102	0,361	0,846
28	Y1.6	0,438	0,510	-0,083	0,379	0,828

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Indikator penggunaan *e-commerce*, *locus of control internal*, *locus of control external*, inovasi dan kinerja bisnis memiliki korelasi yang lebih besar pada variabel latennya sendiri daripada korelasi dengan variabel laten lainnya, sehingga model ini

dinyatakan memenuhi syarat *discriminant validity*.

3. Pengujian Reliabilitas Model

Berikut ini adalah hasil pengujian *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dapat ditunjukkan pada tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Penggunaan <i>E-Commerce</i> (X1)	0,864	0,902	Reliabel
<i>Locus Of Control Internal</i> (X2)	0,816	0,869	Reliabel
<i>Locus Of Control External</i> (X3)	0,932	0,925	Reliabel
Inovasi (X4)	0,849	0,889	Reliabel
Kinerja Bisnis (Y1)	0,883	0,911	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 6 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* di atas 0,7 dapat dinyatakan variabel memiliki reliabilitas yang baik.

Evaluasi *Inner Model*

Inner model bertujuan untuk menentukan hubungan antara variabel dengan variabel lainnya. Pengujian *inner model* dengan cara melihat nilai *r-square*

dan *path coefficients*.

1. Penilaian *R-Square*

Nilai *r-square* pada penelitian ini dapat disajikan pada tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil *R-Square*

Variabel Endogen (Y)	<i>R-Square</i>
Kinerja Bisnis	0,531

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Perolehan nilai *r-square* diatas menjelaskan bahwa persentase besarnya

kinerja bisnis dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan *e-commerce* (X1), *locus of control internal* (X2), *locus of control external* (X3) dan inovasi (X4) sebesar 53,1%. Sedangkan sisanya sebesar 46,9% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

2. Penilaian *Path Coeficient*

Hasil analisis *path coefficients* dapat disajikan pada tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil *Path Coeficient*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>
X1 -> Y1	0,276	2,574	0,010
X2 -> Y1	0,434	4,680	0,000
X3 -> Y1	-0,066	0,668	0,504
X4 -> Y1	0,209	2,351	0,019

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan nilai *original sample*, *t-statistics* dan *p-values* menunjukkan bahwa variabel X1, X2, X4 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y1. Sementara variabel X3 berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Y1.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Karakteristik pelaku bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomples Universitas Udayana berdasarkan jenis kelamin mayoritas adalah perempuan, berdasarkan usia yaitu mayoritas 21 tahun dan berdasarkan tingkat semester mayoritas pada semester 7. Lama usaha pelaku bisnis *online* yang terbanyak pada rentang 7-12 bulan dan bidang usaha yang dijalankan mayoritas adalah bidang non-pertanian. Sumber modal

pelaku bisnis mayoritas diperoleh dari tabungan pribadi dan sebagian besar memiliki omzet yang berkisar antara Rp.100.000-500.000/bulan.

2. Tingkat penggunaan *e-commerce*, *locus of control internal*, inovasi dan kinerja bisnis pada pelaku bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomplek Universitas Udayana diketahui mayoritas berada pada kategori baik. Sementara tingkat *locus of control external* pada pelaku bisnis *online* diketahui mayoritas memiliki kategori tingkat sangat tidak baik
3. Penggunaan *e-commerce*, *locus of control internal* dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomplek, yang berarti bahwa semakin baik penggunaan *e-commerce* yang dimiliki pelaku bisnis *online*, maka akan diikuti dengan semakin meningkatnya kinerja bisnis. *Locus of control external* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap kinerja bisnis *online* mahasiswa di Gedung Agrokomplek, hal ini mengindikasikan bahwa semakin rendah *locus of control external* pada pelaku bisnis,

maka kinerja bisnis akan semakin meningkat.

Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran untuk meningkatkan kinerja bisnis online

1. Penggunaan *e-commerce* pada pelaku bisnis *online* sebaiknya terus ditingkatkan dengan merespon setiap pembaruan yang tersedia sebagai upaya peningkatan kinerja bisnis dengan memanfaatkan teknologi. Hal ini dikarenakan penggunaan *e-commerce* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis *online*.
2. Pelaku bisnis *online* sebaiknya memperkuat *locus of control internal* dalam dirinya karena terbukti memberikan pengaruh yang positif terhadap kinerja bisnis. Pelaku bisnis *online* harus mempertahankan komitmennya terhadap bisnis yang dijalankan dengan terus bekerja keras, percaya diri, mandiri, aktif mencari informasi, dan memiliki kendali yang baik terhadap perilakunya. Sementara itu, pelaku bisnis *online* sebaiknya meninggalkan *locus of control external* pada dirinya

karena terbukti berpengaruh negatif terhadap kinerja bisnis. Pelaku bisnis online yang memiliki *locus of control external* rendah dapat meningkatkan kinerja bisnisnya.

3. Inovasi pada pelaku bisnis online mahasiswa di Geudng Agrokomplek secara rata-rata masuk ke dalam kategori baik. Hendaknya para pelaku bisnis *online* mampu mempertahankannya bahkan meningkatkan inovasi pada bisnis yang dijalankannya dengan selalu mengikuti tren ke arah yang positif karena permintaan konsumen akan selalu berubah-ubah mengikuti perkembangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalini, H. F., Musadieg M. H. & Afrianty T. W. (2013). Pengaruh *locus of control* Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja (Studi Pada Karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Malang.
- Asvi, Z. (2017). Manajemen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Bina Usaha Desa Kepenuhan Barat Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu. *Jom Fisip*, 4(2).
- Bharmawan, A. S., Kamajaya, P. P. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan di CV. Mandiri Pestimax Pradipa. *Journal Fakultas Ekonomi Universitas Dr Soetomo*, 25(1).
- Dewanti. (2017). Pengaruh *E-commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suplemen PT. Momen Global Internasional di Makassar.
- Fairoz, E. A. (2010). Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Small and Medium Scale Enterprises of Hambantota District Sri Lanka. *Asian Social Science*, 6(3).
- Harfie, A.P., Lastiati, A. (2022). Adopsi Penggunaan *E-commerce* Terhadap Kinerja UMKM (Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di DKI Jakarta). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(1).
- Imam, A. N. (2021). Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada UKM Krupuk Ikan di Kota Batam).
- Kreitner, R., Kinicki A. (2000). *Organizational Behavior 5th edition*, Boston: Mc Graw-Hill.
- Larashati, M. D. N., Hariyati. (2021). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada UKM Tas dan Koper Tanggulangin Sidoarjo. *Akunesa: Jurnal Akuntansi Unesa*, 10(1).
- Lestari, P. A. (2020). Pengaruh Sistem Informasi dan Pemanfaatan E-Commerce terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Makassar.
- Marcela, B. (2018). Kinerja Bisnis *Online* Mahasiswa Akuntansi dan Non Akuntansi.
- Nainggolan, L., B. (2022). *Riset: Mahasiswa Pertanian Tak Ingin Jadi Petani, Apa Sebabnya?*. Diakses dari <https://theconversation.com/riset->

- mahasiswa-pertanian-tak-ingin-jadi-petani-apa-sebabnya-190370 pada 25 Oktober 2022
- Nurul, I. (2017). Pengaruh *Locus of Control* terhadap Kinerja Karyawan pada PT. PLN (Persero) UPT Wilayah Sulselbar.
- Nurvayola. (2019). Pengaruh *Locus of control* dan Social Capital Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Pelaku Bisnis *Online* Mahasiswa FEB USU).
- Pegadaian. (2018). *5 Alasan Mengapa Anak Kuliah Harus Mulai Berbisnis*. Diakses dari <https://sahabatpegadaian.com/artikel/inspirasi/bisnis-anak-kuliah> pada 26 Oktober 2022.
- Prasetyo, T., Harjanti, D. (2013). Modal Sosial Pengusaha Mikro dan Kecil Sektor Informal dan Hubungannya dengan Kinerja Bisnis di Wilayah Jawa Timur. *Agora*, 1(3), 1641-1644.
- Sakinah. (2020). *Locus of control* dan Kepuasan Kerja (Studi Pada Driver Transportasi *Online* Kota Jambi).
- Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(1).
- Sayekti, N. W. (2018). Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia.
- Sudjana, N. (2011). Penilaian Hasil dan Proses Belajar Mengajar. Bandung: Rosda Karya.
- Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Veronica, S. (2019). Pengaruh Inovasi dan Celebrity Endorse Terhadap Keberhasilan Usaha *Online* Shop.
- Yuanita, V.T. (2018). Pengaruh Tingkat Edukasi, Usia, Gender dan *Punishment* terhadap Pengambilan Keputusan Etis Mahasiswa terkait dengan Kepatuhan dalam Memenuhi Kewajiban Pajak.
- Zakiyah, K. (2017). Pengaruh *Locus of Control Internal* dan *Locus of Control External* terhadap Kepuasan Kerja pada Pebisnis MLM (*Multi Level Marketing*) Oriflame di Surabaya dalam Komunitas M3 *Network*.