Owner: Riset & Jurnal Akuntansi
e –ISSN : 2548-9224 | p–ISSN : 2548-7507
Volume 9 Nomor 2, April 2025
DOI : https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2689

Studi Eksploratif tentang Pengaruh *E-Commerce*, Pengetahuan Kewirausahaan, Sistem Informasi Akuntansi, dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Mataram

Lala Latifa Annisa Aprilia[1*], Nurabiah[2]
[1,2]Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram
apriliafany24@gmail.com[1], nurabiah@unram.ac.id[2]

*Corresponding Author
Diajukan : 15 Mei 2025
Disetujui : 20 Mei 2025
Dipublikasikan : 29 Mei 2025

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of e-commerce, entrepreneurial knowledge, accounting information systems, and motivation on the entrepreneurial interest of accounting students. The research employed a quantitative method with an associative approach. The sample consisted of 113 students from universities in Mataram City who had completed courses in Accounting Information Systems and Entrepreneurship, selected through purposive sampling. The results show that e-commerce (t = 0.413; p = 0.679) and entrepreneurial knowledge (t = 0.408; p = 0.684) do not have a significant effect on entrepreneurial interest. Conversely, accounting information systems (t = 8.380; p = 0.000) and motivation (t = 2.706; p = 0.007) have a significant effect. The coefficient of determination (R^2) of 0.589 indicates that 58.9% of the variation in entrepreneurial interest can be explained by the four independent variables in the model. Several indicators were found to be invalid and are recommended not to be used in future research, including: for the e-commerce variable—honesty and responsibility, physical and mental endurance, and orientation and readiness to take risks; for the entrepreneurial knowledge variable—indicators related to marketing, banking, and the internet; for the accounting information systems variable—creative thinking, idea generation, and business opportunity analysis; and for the motivation variable—punctuality, reliability, profit, freedom, personal dreams, and independence.

Keywords: *E-Commerce, Entrepreneurial Knowledge, Accounting Information Systems, Motivation, Entrepreneurial Interest*

PENDAHULUAN

Masalah pengangguran menjadi topik hangat termasuk di Indonesia. Hal ini di akibatkan karena lebih banyaknya jumlah pelamar kerja dibanding jumlah tersedianya lapangan pekerjaan. Hal ini diperburuk ketika setiap individu berorientasi menjadikan para pencari kerja bukan menjadi para pencipta lapangan kerja (Delvisa & Riswan, 2023). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Provinsi Nusa Tenggara Barat mengalami fluktuasi dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2022, TPT tercatat sebesar 2,89%, kemudian mengalami penurunan menjadi 2,80% pada tahun 2023. Namun, pada tahun 2024, angka ini kembali meningkat menjadi 3,3% (Ahdiat, 2024). Kenaikan ini menunjukkan bahwa meskipun terjadi perbaikan pada tahun sebelumnya, tantangan dalam menciptakan lapangan pekerjaan masih menjadi isu yang perlu mendapat perhatian, terutama dengan meningkatnya jumlah lulusan yang memasuki pasar kerja setiap tahunnya.

Minimnya lapangan pekerjaan di kawasan perkotaan justru menjadi tantangan pemerintah. Angkatan kerja tidak sebanding dengan jumlah lulusan setiap tahunnya. Kondisi ini mendorong banyak masyarakat, khususnya mahasiswa, untuk terjun ke dunia wirausaha sebagai alternatif dalam menciptakan peluang kerja secara mandiri (Disnaker Buleleng, 2019).

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Owner: Riset & Jurnal Akuntansi
e –ISSN : 2548-9224 | p–ISSN : 2548-7507
Volume 9 Nomor 2, April 2025
DOI : https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2689

Jumlah wirausaha atau *entrepreneur* di Indonesia masih sangat kalah jauh dibandingkan negara tetangga seperti Malaysia, Singapura dan Thailand. Rasio kewirausahaan di Indonesia masih rendah 3,74%. Ini di bawah negara ASEAN. Thailand jumlah wirausahanya sudah 4,2%, Malaysia 4,7% dan Singapura 8,7 % (Situmorang, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha di antaranya pengetahuan kewirausahaan, media sosial, *e-commerce*, modal usaha, sistem informasi akuntansi, ekspetasi pendapatan, pengetahuan akuntansi, *self efficacy*, motivasi Akbar & Coryanata, (2024); Anggraini, (2015); Delvisa & Riswan, (2023); Destyana & Mareta, (2025); Hati et al., n.d.; Lovita & Susanty, (2021); Margareta, (2019); Nabilah et al., (2024); Nurabiah et al., (2021); Putri et al., (2023); Setyawan et al., (2024); Sholih et al., (2022); Wildani, (2022); Wulandari et al., (2020). Namun dalam penelitian ini hanya akan membahas empat faktor yakni *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan, sistem informasi akuntansi dan motivasi. Hal ini dikarenakan *e-commerce* memberikan kemudahan dalam pemasaran, transaksi, dan aksesibilitas bisnis, sehingga menarik calon wirausahawan untuk memulai usaha. Pengetahuan kewirausahaan membekali individu dengan keterampilan dan wawasan dalam mengelola bisnis serta menganalisis peluang usaha. Sistem informasi akuntansi berkontribusi dalam pengelolaan keuangan yang lebih efisien, akurat, dan terstruktur, sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik dalam bisnis. Sementara itu, motivasi menjadi faktor kunci yang mendorong seseorang untuk berwirausaha, baik karena keinginan meraih keuntungan, kemandirian, maupun semangat menghadapi tantangan. Keempat faktor ini saling berkaitan dan berperan dalam meningkatkan kesiapan serta minat seseorang untuk terjun ke dunia wirausaha.

Faktor pertama, *e-commerce* merupakan kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *services providers* dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan komputer yaitu internet (Barakatullah, 2017). Semakin berkembangnya teknologi digital yang telah mengubah cara orang memulai dan menjalankan bisnis. *E-Commerce* mempermudah proses pemasaran, transaksi, serta distribusi produk, sehingga membuka peluang wirausaha baru dengan modal yang lebih efisien. Atas dasar hal tersebut maka pemahaman mengenai *e-commerce* serta kemudahan yang ditawarkan jika berwirausaha melalui *e-commerce* dapat menumbuhkan minat berwirausaha para mahasiswa, sebagaimana hasil penelitian Akbar & Coryanata (2024); Delvisa & Riswan (2023); Hati *et al*. (2024); Lovita & Susanty (2021); Margareta (2019); Nurabiah *et al*. (2021); Setyawan *et al*. (2024) dan Wulandari *et al*. (2020) yang menyatakan bahwa pemahaman *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Namun berbeda dengan hasil penelitian Destyana & Mareta (2025); Nabilah *et al*. (2024) dan Putri *et al*. (2023) yang menyatakan bahwa pemahaman *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Faktor selanjutnya pengetahuan kewirausahaan merupakan ilmu, seni maupun perilaku dan sifat yang mencerminkan seseorang untuk mewujudkan gagasan yang inovatif dan kreatif kedalam dunia nyata untuk menciptakan kemakmuran individu dan masyarakat dan mampu untuk bersaing secara sehat (Nurbaya & Moerdiyanto, 2012). Pengetahuan ini penting karena menjadi bekal utama dalam merintis usaha, mulai dari identifikasi peluang, perencanaan bisnis, hingga pengelolaan operasional. Berbekal pengetahuan yang didapatkan pada jenjang perguruan tinggi mengenai bagaimana cara mendapatkan ide kreatif, menjalankan usaha serta melakukan pemasaran akan menumbuhkan keinginan untuk memulai usahanya sendiri. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Akbar & Coryanata (2024); Delvisa & Riswan (2023); Mambu *et al*. (2019); Rahmania *et al*. (2022) dan Untari (2023) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Namun bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan Hamsun *et al*. (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Faktor ketiga yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa adalah sistem informasi akuntansi. Secara khusus bagi mahasiswa akuntansi, sistem informasi akuntansi dapat menjadi solusi atas keraguan tesebut, karena sistem informasi akuntansi didesain untuk mentransformasikan data keuangan dan data-data lainnya menjadi informasi yang dapat digunakan dalam mengambil suatu keputusan yang tepat. Sistem informasi akuntansi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Owner: Riset & Jurnal Akuntansi
e –ISSN : 2548-9224 | p–ISSN : 2548-7507
Volume 9 Nomor 2, April 2025
DOI : https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2689

terintegritas sehingga menghasilkan laporan dalam bentuk data transaksi bisnis yang diolah dan disajikan menjadi sebuah laporan keuangan yang memiliki arti bagi pihak yang membutuhkannya (Mardi, 2014). Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Delvisa & Riswan (2023); Destyana & Mareta (2025); Hati *et al*. (2024); Lovita & Susanty (2021); Margareta (2019); Nurabiah *et al*. (2021); Putri *et al*. (2023) dan Setyawan *et al*. (2024) yang menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Namun bertolak belakang dengan hasil penelitian Nabilah *et al*. (2024) yang menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Faktor keempat yakni motivasi, motivasi dapat diartikan sebagai keadaan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energi, mendorong kegiatan atau menggerakkan dan mengarah atau menyalurkan perilaku ke arah mencapai kebutuhan yang memberi kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan (Aini & Oktafani, 2020). Motivasi menjadi penggerak utama seseorang untuk berani memulai usaha. Faktor internal seperti keinginan meraih keuntungan, kemandirian, serta menghadapi tantangan hidup dapat mendorong minat berwirausaha. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Akbar & Coryanata (2024); Rahmania *et al*. (2022); Setyawan *et al*. (2024) dan Untari (2023) yang menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha, namun berbanding terbalik dengan hasil penelitian Anggraini (2015) yang menunjukkan bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan fenomena dan adanya inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, maka penulis ingin meneliti kembali dimana tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan, sistem informasi akuntansi dan motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

STUDI LITERATUR

Theory of Entreprenurial Event

Model *Theory Entrepreneurial Event* dari Shapero-Krueger, dengan menggunakan efikasi diri sebagai faktor utama kelayakan yang dirasakan (*perceived feasibility*). Untuk berperilaku sesuai dengan persepsi yang dimiliki pada *feasibility* dan *desirability*, maka seseorang harus memiliki keberanian dalam mengambil resiko yang melekat dalam kegiatan usaha yang dimilikinya (Bandura, 2000). *Theory of Entreprenurial Event* memiliki tiga faktor yang dapat memprediksi keinginan berwirausahan, yaitu *perceived desirability*, *perceived feasibility* dan *popensity to act* (Shapero & Sokol, 1982).

Dalam penelitian ini, teori *Entrepreneurial Event Model* (EEM) yang mencakup *perceived desirability*, *perceived feasibility*, dan *propensity to act* memiliki hubungan erat dengan variabel yang diteliti. *Perceived desirability*, yang mencerminkan daya tarik seseorang terhadap wirausaha, berkaitan dengan *e-commerce* dan pengetahuan kewirausahaan karena keduanya dapat mempengaruhi ketertarikan individu dalam berwirausaha. *E-Commerce* memberikan peluang bisnis yang lebih luas dan mudah diakses, sedangkan pengetahuan kewirausahaan membentuk pemahaman tentang manfaat serta potensi usaha. *Perceived feasibility*, yang mengukur sejauh mana seseorang merasa mampu menjalankan bisnis, berkaitan dengan pengetahuan kewirausahaan dan sistem informasi akuntansi, karena pemahaman yang baik tentang kewirausahaan serta dukungan sistem akuntansi yang efektif dapat meningkatkan rasa percaya diri dalam mengelola usaha. Sementara itu, *propensity to act*, yang menunjukkan kesiapan dan keberanian seseorang untuk mengambil tindakan berwirausaha, berkaitan dengan motivasi, karena dorongan internal seperti keinginan untuk sukses, mandiri, dan meraih keuntungan menjadi faktor utama dalam keputusan seseorang untuk memulai usaha. Dengan demikian, ketiga konsep dalam teori ini saling berhubungan dengan variabel penelitian dan berkontribusi dalam membentuk minat berwirausaha. Minat berwirausaha dijelaskan oleh (Widhiastuti & Dewi, 2020) merupakan dorongan internal untuk menunjukkan hasil nyata di bidang minat pribadi, yang pada gilirannya menumbuhkan kepercayaan diri untuk menunjukkan potensi dan kemampuan seseorang dalam bidang yang diminati. Ketertarikan ini juga dipicu oleh rasa senang dan antusias dalam melakukan usaha wirausaha.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Owner: Riset & Jurnal Akuntansi
e –ISSN : 2548-9224 | p–ISSN : 2548-7507
Volume 9 Nomor 2, April 2025
DOI : https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2689

Dampak *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

E-Commerce diartikan tidak hanya pembelian dan penjualan barang dan jasa, tetapi melakukan semua jenis bisnis online seperti memberi pelayanan ke pelanggan, bekerja sama dengan pembisnis lainnya, melakukan pembelajaran secara online, serta memanfaatkan transaksi secara online dalam suatu institusi. (Turban & King, 2015). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Akbar & Coryanata (2024); Delvisa & Riswan (2023); Hati *et al*. (2024); Nurabiah *et al*. (2021); Setyawan *et al*. (2024) dan Wulandari *et al*. (2020) yang menyatakan bahwa pemahaman *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Rumusan hipotesis yang dapat diambil yaitu:

H_1: *E-Commerce* berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Dampak Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Pengetahuan kewirausahaan merupakan pengetahuan yang didapatkan dari pengalaman dan pembelajaran. Ada 3 aspek yang mempengaruhi pengetahuan kewirausahaan, yaitu: a) mengambil resiko usaha, b) menganalisis peluang usaha, c) merumuskan solusi masalah. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Akbar & Coryanata (2024); Delvisa & Riswan (2023); Mambu *et al*. (2019); Rahmania *et al*. (2022) dan Untari (2023) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Rumusan hipotesis yang dapat diambil yaitu:

H_2: Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Dampak Sistem Informasi Akuntansi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Sistem informasi akuntansi (SIA) merupakan suatu komponen organisasi yang mengumpulkan, mengklasifikasikan, memproses, menganalisis, mengkomunikasikan informasi pengambilan keputusan dengan orientasi finansial yang releven bagi pihak-pihak pengguna (Fauzi, 2017). Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Delvisa & Riswan (2023); Destyana & Mareta (2025); Hati *et al*. (2024); Nurabiah *et al*. (2021); Putri *et al*. (2023) dan Setyawan *et al*. (2024) yang menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Rumusan hipotesis yang dapat diambil yaitu:

H_3: Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Dampak Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Sampurna, (2015) mendefinisikan bahwa motivasi berwirausaha adalah dorongan yang besar seorang individu untuk bekerja dan sadar bahwa ada keterkaitan antar wirausaha dengan diri sendiri oleh karena itu individu tersebut memiliki perhatian dan hobi yang lebih dalam melakukan kegiatan usaha mandirinya dengan berbagai ciri kegiatan wirausaha. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Akbar & Coryanata (2024); Rahmania *et al*. (2022); Setyawan *et al*. (2024) dan Untari (2023) yang menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Rumusan hipotesis yang dapat diambil yaitu:

H_4: Motivasi berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi dari perguruan tinggi se-kota Mataram sebanyak 1.772 mahasiswa.

Tabel 1. Populasi Mahasiswa Akuntansi Perguruan Tinggi

No.	Perguruan Tinggi	Total Mahasiswa	Jumlah Sampel
1	STIE AMM Mataram	121	41
2	STIE 45 Mataram	32	3
3	Universitas Mataram	1.136	368
4	Universitas Bumigora	354	45
5	Universitas Al-Azhar	129	29
	Total	1.772	486

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Owner: Riset & Jurnal Akuntansi
e –ISSN : 2548-9224 | p–ISSN : 2548-7507
Volume 9 Nomor 2, April 2025
DOI : https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2689

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana mahasiswa yang sudah menempuh mata kuliah sistem informasi akuntansi dan kewirausahaan sehingga total sampel sebanyak 486 dan setelah dihitung dengan rumus *slovin*, jumlah minimal pengolahan sampel sebanyak 83 mahasiswa. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner melalui *google forms* dan secara langsung. Pengolahan data menggunakan *SmartPLS.*

Tabel 2. Indikator Variabel

No	Variabel	Indikator	Rujukan	Skala
1	*E-Commerce* (X_1)	1. Pemasaran 2. Penjualan 3. Pembayaran 4. Pemerintah 5. Bank 6. Internet	(Prastiwi, 2024)	Likert
2	Pengetahuan Kewirausahaan (X_2)	1. Kemampuan seseorang menghasilkan yang baru 2. Berpikir kreatif 3. Bertindak inovatif 4. Menciptakan ide-ide 5. Menganalisis peluang usaha,	(Maizs, 2021)	Likert
3	Sistem Informasi Akuntansi (X_3)	1. Akurat 2. Ketepatan waktu 3. Dapat diandalkan.	(Latang, 2023)	Likert
4	Motivasi Berwirausaha (X_4)	1. Laba 2. Kebebasan 3. Impian Personal 4. Kemandirian	(Fajriati, 2018)	Likert
5	Minat Berwirausaha (Y)	1. Kemauan Keras 2. Keyakinan Kuat atas Kemampuan Sendiri 3. Sikap Jujur dan Bertanggungjawab 4. Ketahanan Fisik dan Mental 5. Pemikiran yang Kreatif 6. Berorientasi dan Siap Mengambil Resiko	(Prastiwi, 2024)	Likert

HASIL

Gambaran Umum Responden

Dari kuesioner yang telah disebarkan kepada responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi Akuntansi di perguruan tinggi se-kota Mataram yang bisa diolah datanya sebanyak 113 responden. Berdasarkan rumus *slovin* standar minimal kuesioner yang diperlukan sebanyak 83, sehingga dengan 113 responden ini sudah bisa diolah. Bagian ini menyajikan hasil penelitian.

Tabel 3. Gambaran Umum Responden

Keterangan	Total	Presentase
Jenis Kelamin		
- Laki-laki	31	27,4
- Perempuan	82	72,6
Total	**113**	**100**
Perguruan Tinggi:		
- STIE 45 Mataram	2	1,8

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

- STIE AMM Mataram	25	22,1
- Universitas Islam Al-Azhar	6	5,3
- Universitas Bumigora	11	9,7
- Universitas Mataram	69	61,1
Total	**113**	**100**
Program Studi:		
- D3 Akuntansi	20	17,7
- S1 Akuntansi	93	82,3
Total	**113**	**100**
Semester:		
- Semester 6	31	27,4
- Semester 8	63	55,8
- Semester 10	19	16,8
Total	**113**	**100**
IPK:		
- < 3,2	4	3,6
- 3,2 – 3,5	51	45,1
- 3,6 – 3,8	25	22,1
- > 3,8	33	29,2
Total	**113**	**100**
Nilai Sistem Informasi Akuntansi:		
- A	43	38,1
- B+	45	39,8
- B	25	22,1
Total	**113**	**100**
Nilai Kewirausahaan:		
- A	60	53,1
- B+	19	30,1
- B	34	16,8
Total	**113**	**100**
Ada Keinginan Berwirausaha:		
- Ya	97	85,8
- Tidak	16	14,2
Total	**113**	**100**

Tabel 3 berisi informasi mengenai jumlah responden berdasarkan jenis kelamin, perguruan tinggi, program studi, semester, IPK, nilai sistem informasi akuntansi, nilai kewirausahaan dan keinginan untuk berwirausaha. Berdasarkan tabel 3, dapat dilihat bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki, hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa program studi Akuntansi cenderung dominan perempuan dibandingkan laki-laki. Jumlah responden dari universitas Mataram lebih banyak dibandingkan dengan perguruan tinggi lain, hal ini dikarenakan jumlah mahasiswa yang ada di universitas Mataram lebih banyak dibandingkan dengan perguruan tinggi lainnya. Jumlah responden program studi S1 Akuntansi lebih banyak dibandingkan dengan responden D3 Akuntansi, hal ini dikarenakan hanya ada 2 perguruan tinggi yang memiliki prodi D3 Akuntansi, selain itu hanya ada program studi S1 Akuntansi. Selanjutnya, dapat dilihat bahwa jumlah responden semester 8 cenderung lebih banyak dibandingkan dengan semester 10 dan juga semester 6, hal ini dikarenakan responden yang semester 10 cenderung sudah selesai menempuh perkuliahan dan semester 6 sebagian besar sedang menempuh mata kuliah sistem informasi akuntansi. Berdasarkan IPK, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memiliki IPK 3,2 – 3,5 hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki potensi intelektual yang cukup untuk memahami konsep-konsep kewirausahaan dan sistem informasi akuntansi. Berdasarkan nilai dari mata kuliah sistem informasi akuntansi sebagian besar mendapatkan nilai B+, hal ini menunjukkan kemampuan

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

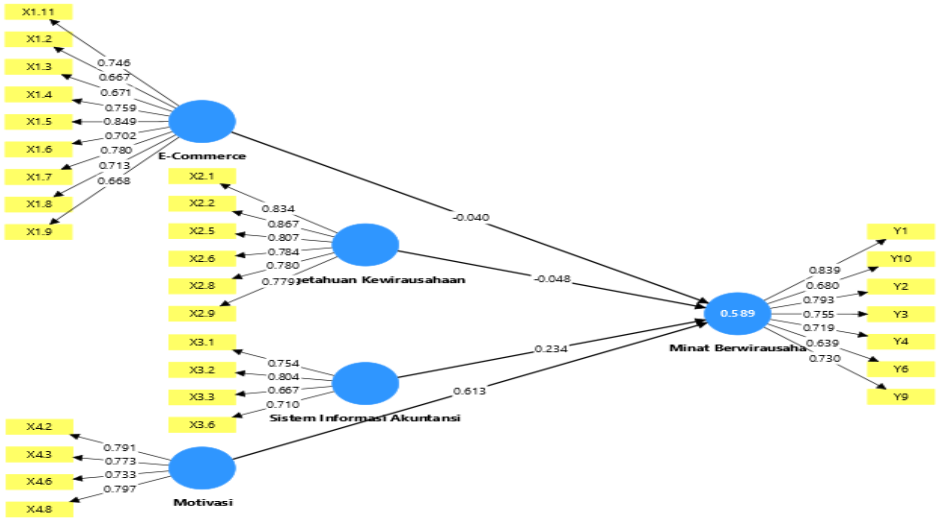
Owner: Riset & Jurnal Akuntansi
e –ISSN : 2548-9224 | p–ISSN : 2548-7507
Volume 9 Nomor 2, April 2025
DOI : https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2689

mahasiswa dalam memahami sistem informasi sudah baik. Sebagian besar mahasiswa memperoleh nilai A untuk mata kuliah kewirausahaan, hal ini menunjukkan bahwa responden sudah memiliki pengetahuan wirausaha yang baik secara teori. Terakhir, dapat dilihat bahwa dari 113 responden sebanyak 97 mahasiswa memiliki keinginan berwirausaha, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sudah memiliki minat berwirausaha.

Analisis Data

Uji Validitas

Pada uji validitas dilakukan pada setiap item pertanyaan yang tersedia pada tiap variabel (indikator). Uji ini memiliki tahapan-tahapan yang harus dilakukan yaitu dengan melakukan pengujian pada *Validity Convergen, Discriminant Validity, serta Average Variance Extracted.*



Gambar 1. Path Diagram

Uji Validitas Konvergen

Syarat yang harus diperhatikan adalah jika hasil perolehan tinggi akan berkorelasi pada nilai *loading factor* yang bernilai lebih dari 0,7. Namun nilai outer loading di atas 0.5 masih dapat diterima, terutama pada tahap pengembangan model (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 4. Nilai Loading Factor

Item	*Loading Factor*	Kriteria	Keterangan
Minat Berwirausaha (Y)			
Y1	0.839	>0,5	Valid
Y2	0.680		Valid
Y3	0.793		Valid
Y4	0.755		Valid
Y5	0.471		Tidak Valid
Y6	0.719		Valid
Y7	0.491		Tidak Valid
Y8	0.467		Tidak Valid
Y9	0.639		Valid
Y10	0.730		Valid
Y11	0.466		Tidak Valid
Y12	0.463		Tidak Valid
***E-Commerce* (X1)**			
X1.1	0.476		Tidak Valid
X1.2	0.667	>0,5	Valid
X1.3	0.671		Valid

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Owner: Riset & Jurnal Akuntansi
e –ISSN : 2548-9224 | p–ISSN : 2548-7507
Volume 9 Nomor 2, April 2025
DOI : https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2689

X1.4	0.759		Valid
X1.5	0.849		Valid
X1.6	0.702		Valid
X1.7	0.780		Valid
X1.8	0.713		Valid
X1.9	0.688		Valid
X1.10	0.457		Tidak Valid
X1.11	0.746		Valid
X1.12	0.488		Tidak Valid
Pengetahuan Kewirausahaan (X2)			
X2.1	0.834		Valid
X2.2	0.867		Valid
X2.3	0.438		Tidak Valid
X2.4	0.483		Tidak Valid
X2.5	0.807	>0,5	Valid
X2.6	0.784		Valid
X2.7	0.439		Tidak Valid
X2.8	0.780		Valid
X2.9	0.779		Valid
X2.10	0.427		Tidak Valid
Sistem Informasi Akuntansi (X3)			
X3.1	0.754		Valid
X3.2	0.804		Valid
X3.3	0.667	>0,5	Valid
X3.4	0.482		Tidak Valid
X3.5	0.485		Tidak Valid
X3.6	0.710		Valid
Motivasi (X4)			
X4.1	0.476		Tidak Valid
X4.2	0.791		Valid
X4.3	0.773		Valid
X4.4	0.416		Tidak Valid
X4.5	0.472	>0,5	Tidak Valid
X4.6	0.733		Valid
X4.7	0.411		Tidak Valid
X4.8	0.797		Valid

Berdasarkan tabel 4 hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai *loading factor* sebagian indikator memiliki nilai diatas 0,5, akan tetapi terdapat beberapa indikator yang nilai *loading factor* di bawah 0,5 sehingga dinyatakan nilai tidak valid dan selanjutnya tidak dipakai dalam penelitian antara lain variabel minat berwirausaha indikator sikap jujur dan bertanggung jawab (Y5), ketahanan fisik dan mental (Y7 dan Y8), berorientasi dan siap mengambil resiko (Y11 dan Y12), variabel *e-commerce* indikator pemasaran (X1.1), indikator bank (X1.10), indikator internet (X1.12), variabel pengetahuan kewirausahaan indikator berpikir kreatif (X2.3 dan X2.4), menciptakan ide-ide (X2.7) dan menganalisis peluang usaha (X2.10), variabel sistem informasi akuntansi indikator ketepatan waktu (X3.4) dan dapat diandalkan (X3.5), serta variabel motivasi indikator laba (X4.1), kebebasan (X4.4), impian personal (X4.5) dan kemandirian (X4.7).

Validitas Diskriminan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk menilai validitas diskriminan adalah *Fornell-Larcker Criterion* dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model (Henseler

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Owner: Riset & Jurnal Akuntansi
e –ISSN : 2548-9224 | p–ISSN : 2548-7507
Volume 9 Nomor 2, April 2025
DOI : https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2689

et al., 2015). Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka model tersebut dikatakan memiliki nilai validitas diskriminan yang baik.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Diskriminan

	E-Commerce	Minat Berwirausaha	Motivasi	Pengetahuan Kewirausahaan	Sistem Informasi Akuntansi
E-Commerce	**0.730**				
Minat Berwirausaha	-0.194	**0.739**			
Motivasi	-0.124	0.731	**0.774**		
Pengetahuan Kewirausahaan	0.731	-0.151	-0.072	**0.809**	
Sistem Informasi Akuntansi	-0.184	0.537	0.472	-0.128	**0.735**

Hasil uji validitas diskriminan pada Tabel 5 menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai akar kuadrat AVE di atas 0,7 dan nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model sehingga dapat disimpulkan bahwa model telah memenuhi validitas diskriminan.

Uji Validitas AVE

Dalam pengukuran uji yang baik, pada uji AVE memiliki nilai masing-masing indikator sebesar >0.5, maka nilai tersebut dapat dikatakan valid. Berikut adalah hasil dari nilai AVE pada penelitian ini:

Tabel 6. Nilai AVE

Indikator	AVE	Kriteria	Keterangan
E-Commerce	0,521	>0,5	Valid
Minat Berwirausaha	0,580		Valid
Motivasi	0,555		Valid
Pengetahuan Kewirausahaan	0,620		Valid
Sistem Informasi Akuntansi	0,540		Valid

Berdasarkan pada Tabel 6, nilai AVE dari seluruh variable memiliki nilai >0,5. Hasil ini dapat dinyatakan pada setiap variable memiliki nilai pada discriminant validity yang baik.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrument dalam mengukur konstruk. Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program SmartPLS 4.0, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan cara menghitung nilai *Cronbach' Alpha.* Syarat yang biasanya digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk yaitu composite reliability harus lebih besar dari 0,7 (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Indikator	Cronbach' Alpha	Kriteria	Keterangan
E-Commerce	0,904	0,7	Reliabel
Minat Berwirausaha	0,854		Reliabel
Motivasi	0,799		Reliabel
Pengetahuan Kewirausahaan	0,924		Reliabel
Sistem Informasi Akuntansi	0,716		Reliabel

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Owner: Riset & Jurnal Akuntansi
e –ISSN : 2548-9224 | p–ISSN : 2548-7507
Volume 9 Nomor 2, April 2025
DOI : https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2689

Berdasarkan tabel 7, dapat dilihat bahwa pengujian reliabilitas diperoleh nilai semua variabel lebih besar dari 0,70 yang menurut kriteria bisa dikatakan reliabel.

R Square

Ada tiga kategori dalam pengelompokan nilai R-square. Jika nilai R-square itu 0,75 termasuk kategori kuat; untuk nilai R-square 0,50 termasuk kategori moderat dan 0,25 termasuk kategori lemah (Hair et al, 2010). Nilai R-square dari variabel dependen yang didapat pada model penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Nilai R Square

	R-Square	R-Square Adjusted
Minat Berwirausaha	0.589	0.571

Berdasarkan Tabel 8 hasil dari pengolahan data melalui SmartPLS ver 4 dihasilkan nilai R Square sebesar 0,589. Nilai ini menjelaskan bahwa variabel *e-commerce*, pengetahuan kewirausahaan, sistem informasi akuntansi dan motivasi dapat menjelaskan minat berwirausaha mahasiswa akuntansi sebesar 58,9% sedangkan sisanya sebesar 41,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan memerhatikan nilai *original sample estimate*s (O) untuk mengetahui arah hubungan antar variabel, serta *t-statistics* (T), dan *p-values* (P) untuk mengetahui tingkat signifikansi dari hubungan tersebut (Hair et al., 2022). Nilai *t-statistics* lebih dari 1,96 atau p-value yang lebih kecil dari taraf signifikansi (<0,05) mengindikasikan bahwa suatu hubungan antar variabel adalah signifikan. Hasil pengujian hipotesis penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values	Keterangan
E-Commerce -> Minat Berwirausaha	-0.04	-0.067	0.098	0.413	0.679	**Ditolak**
Motivasi -> Minat Berwirausaha	0.613	0.6	0.073	8.38	0.000	**Diterima**
Pengetahuan Kewirausahaan -> Minat Berwirausaha	-0.048	-0.041	0.118	0.408	0.684	**Ditolak**
Sistem Informasi Akuntansi -> Minat Berwirausaha	0.234	0.244	0.086	2.706	0.007	**Diterima**

Berdasarkan Tabel 9, hipotesis variabel *e-commerce* dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dinyatakan ditolak karena p-values > 0,05 atau nilai t-statistik lebih kecil dari t tabelnya (0,413 < 1,96 dan 0,408 < 1,96). Hipotesis sistem informasi akuntansi dan motivasi terhadap minat berwirausaha diterima karena p-values < 0,05 atau nilai t-statistik lebih besar dari t tabelnya (2,706 > 1,96 dan 8,380 > 1,96).

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Owner: Riset & Jurnal Akuntansi
e –ISSN : 2548-9224 | p–ISSN : 2548-7507
Volume 9 Nomor 2, April 2025
DOI : https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2689

PEMBAHASAN

Pengaruh *E-Commerce* terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh hasil bahwa variabel *e-commerce* memiliki nilai t-statistik sebesar 0,413 dengan signifikansi sebesar 0,679. Nilai t-statistik lebih kecil dibandingkan 1,96 (0,413<1,96) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (0,679>0,05) menunjukkan bahwa *e-commerce* tidak mempengaruhi minat berwirausaha secara statistik. Nilai original sampel yang dihasilkan untuk hubungan antara *e-commerce* dengan minat berwirausaha adalah sebesar -0,04 sehingga nilai yang negatif ini memberikan makna bahwa semakin tinggi penggunaan *e-commerce* maka semakin kecil minat berwirausaha mahasiswa, sehingga hipotesis pertama ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-commerce* belum dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha. Dapat dilihat dari karakteristik responden dimana sebagian besar responden adalah perempuan, yang mana perempuan cenderung kurang memiliki keinginan untuk beradaptasi terhadap teknologi dibandingkan dengan laki-laki. Selain itu, banyak dari mereka yang menggunakan *e-commerce* sebatas sebagai konsumen, bukan sebagai pelaku usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Destyana & Mareta (2025); Nabilah *et al*. (2024) dan Putri *et al*. (2023) yang menyatakan bahwa variabel *e-commerce* (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel minat berwirausaha (Y). Mahasiswa masih beranggapan bahwa *e-commerce* kurang efektif dalam mempromosikan produk dan biaya yang dikeluarkan cukup tinggi, sehingga responden menilai bahwa *e-commerce* tidak memengaruhi minat berwirausaha. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian Akbar & Coryanata (2024); Delvisa & Riswan (2023); Hati *et al*. (2024); Lovita & Susanty (2021); Margareta (2019); Nurabiah *et al*. (2021); Setyawan *et al*. (2024) dan Wulandari *et al*. (2020) yang menunjukkan bahwa *e-commerce* mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, Apabila semakin tingginya pemahaman pemanfaatan *e-commerce* dikalangan mahasiswa maka semakin tingginya minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh hasil bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan memiliki nilai t-statistik sebesar 0,408 dengan signifikansi sebesar 0,679. Nilai t-statistik lebih kecil dibandingkan 1,96 (0,408<1,96) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (0,684>0,05) menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak mempengaruhi minat berwirausaha secara statistik. Nilai original sampel yang dihasilkan untuk hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha adalah sebesar -0,048 sehingga nilai yang negatif ini memberikan makna bahwa semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan maka semakin kecil minat berwirausaha mahasiswa, sehingga hipotesis kedua ditolak yang menyatakan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan karakteristik responden, walaupun sebagian besar responden memperoleh nilai A pada mata kuliah kewirausahaan, namun hal ini tidak cukup mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha. Hal ini mengindikasikan bahwa minat untuk berwirausaha memerlukan lebih dari sekadar pengetahuan; dibutuhkan pula pengalaman nyata, role model yang menginspirasi, serta kepercayaan diri untuk memulai. Hasil penelitian ini mendukung teori dari Suryana, (2009) bahwa "kebanyakan responden menjadi wirausaha karena didasari oleh pengalaman sehingga ia memiliki jiwa dan watak kewirausahaan". Oleh karena itu praktik kewirausahaan sangat penting untuk memberikan pengalaman mahasiswa dalam berwirausaha.

Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian dari Hamsun *et al*. (2019) yang menunjukkan bahwa pengetahuan wirausaha tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, hal ini dikarenakan pengetahuan saja tidak cukup untuk menjadi modal seseorang dalam menjalankan wirausaha akan tetapi seseorang harus mampu melihat kondisi rill yang terjadi di lapangan sehingga dapat menentukan strategi-strategi yang akurat dalam menjalankan usaha. Namun hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Akbar & Coryanata (2024); Delvisa & Riswan (2023); Mambu *et al*. (2019); Rahmania *et al*. (2022) dan Untari (2023) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Owner: Riset & Jurnal Akuntansi
e –ISSN : 2548-9224 | p–ISSN : 2548-7507
Volume 9 Nomor 2, April 2025
DOI : https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2689

Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh hasil bahwa variabel sistem informasi akuntansi memiliki nilai t-statistik sebesar 2,706 dengan signifikansi sebesar 0,007. Nilai t-statistik lebih besar dibandingkan 1,96 (2,706 > 1,96) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,007 < 0,05) menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi mempengaruhi minat berwirausaha secara statistik. Nilai original sampel yang dihasilkan untuk hubungan antara sistem informasi akuntansi dengan minat berwirausaha adalah sebesar 0,234 sehingga nilai yang positif ini memberikan makna bahwa semakin tinggi penggunaan sistem informasi akuntansi maka semakin besar minat berwirausaha mahasiswa, sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan sistem informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha diterima.

Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas mahasiswa memperoleh nilai B+ pada mata kuliah sistem informasi akuntansi, hal ini menunjukkan bahwa penguasaan SIA memberikan mahasiswa keyakinan lebih besar dalam kemampuan mereka mengelola aspek keuangan dari sebuah usaha. Kemampuan membuat laporan keuangan, menganalisis kinerja usaha, serta merancang sistem pencatatan yang baik menjadi keunggulan kompetitif yang membuat mahasiswa merasa lebih siap dan percaya diri untuk memulai bisnis sendiri. Selain itu, mahasiswa akuntansi yang memahami pentingnya sistem informasi akuntansi akan menyadari bahwa kelangsungan dan keberhasilan bisnis sangat dipengaruhi oleh manajemen keuangan yang baik.

Sistem informasi akuntansi dapat membantu calon wirausaha dalam menjalankan bisnisnya, seperti membuat laporan keuangan yang pastinya lebih cepat dan akurat untuk dasar pengambilan keputusan (Ririn et al., 2022). Dalam konteks teori kontingensi, ketersediaan informasi melalui SIA dapat mempengaruhi minat berwirausaha dengan memberikan pengetahuan dan wawasan yang diperlukan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang bisnis (Latang, 2023). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Delvisa & Riswan (2023); Destyana & Mareta (2025); Hati *et al*. (2024); Lovita & Susanty (2021); Margareta (2019); Nurabiah *et al*. (2021); Putri *et al*. (2023) dan Setyawan *et al*. (2024) yang menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Namun bertolak belakang dengan hasil penelitian Nabilah *et al*. (2024) yang menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Berdasarkan Tabel 9, diperoleh hasil bahwa variabel motivasi memiliki nilai t-statistik sebesar 8,380 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai t-statistik lebih besar dibandingkan 1,96 (8,380 > 1,96) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) menunjukkan bahwa motivasi mempengaruhi minat berwirausaha secara statistik. Nilai original sampel yang dihasilkan untuk hubungan antara motivasi dengan minat berwirausaha adalah sebesar 0,613 sehingga nilai yang positif ini memberikan makna bahwa semakin tinggi motivasi mahasiswa maka semakin besar minat berwirausaha mahasiswa, sehingga hipotesis keempat yang menyatakan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha diterima.

Berdasarkan data responden, sebagian besar mahasiswa sudah memiliki minat untuk berwirausaha, hal ini menunjukkan motivasi mahasiswa dalam berwirausaha sudah tinggi. Motivasi sendiri menunjukkan dorongan dari dalam diri seseorang, seperti keinginan untuk mandiri, mendapatkan penghasilan sendiri, mewujudkan ide, atau menciptakan lapangan kerja, merupakan faktor utama dalam mendorong tindakan kewirausahaan. Mahasiswa yang memiliki motivasi tinggi umumnya memiliki tujuan pribadi yang kuat dan berani mengambil risiko. Mereka melihat kewirausahaan sebagai cara untuk meraih tujuan hidupnya dan sebagai bentuk aktualisasi diri.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Akbar & Coryanata (2024); Rahmania *et al*. (2022); Setyawan *et al*. (2024) dan Untari (2023) yang menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Faktor-faktor motivasi wirausaha memiliki dampak yang signifikan terhadap minat wirausaha. Ini berarti bahwa minat wirausaha mahasiswa akuntansi dipengaruhi oleh prestasi, risiko, toleransi untuk ketidakpastian, kepercayaan diri dan lainnya, kemandirian, kemauan keras, dan kreativitas (Aini & Oktafani, 2020). Namun berbeda dengan hasil penelitian Anggraini (2015) yang menunjukkan bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa e-commerce tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh anggapan bahwa e-commerce kurang efektif untuk mempromosikan produk, biaya yang relatif tinggi, serta kecenderungan mahasiswa yang lebih banyak berperan sebagai konsumen daripada pelaku usaha. Selain itu, pengetahuan kewirausahaan juga tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha, karena pengetahuan saja dinilai belum cukup tanpa pengalaman nyata, figur inspiratif, dan kepercayaan diri. Di sisi lain, sistem informasi akuntansi terbukti berpengaruh terhadap minat berwirausaha, karena penguasaan terhadap sistem ini memberi mahasiswa keyakinan dalam mengelola aspek keuangan usaha secara lebih cepat dan akurat, khususnya dalam penyusunan laporan keuangan. Terakhir, motivasi memiliki pengaruh positif, di mana mahasiswa yang memiliki motivasi tinggi cenderung memiliki tujuan pribadi yang kuat, keberanian mengambil risiko, dan karakteristik seperti kemandirian, kepercayaan diri, serta kreativitas yang mendukung minat untuk berwirausaha.

REFERENSI

Ahdiat, A. (2024). *10 Provinsi dengan Tingkat Pengangguran Terendah Agustus 2023*. https://databoks.katadata.co.id/ketenagakerjaan/statistik/57c71ecc738429b/10-provinsi-dengan-tingkat-pengangguran-tertinggi-agustus-2023

Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *17*(2), 151–159. https://doi.org/10.31849/jieb.v17i2.3845

Akbar, S. M., & Coryanata, I. (2024). Pengaruh Pemahaman Dasar Akuntansi, Pengetahuan Kewirausahaan, *E-Commerce*, Dan Motivasi Terhadap Niat Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha. *Edunomika*, *8*(1), 1–24. https://doi.org/10.37202/kmmr.2024.29.2.1

Anggraini, P. (2015). Pengaruh Motivasi, Mental Dan Modal Usaha Terhadap Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Jember). In *Universitas Muhammadiyah Jember* (Vol. 151).

Bandura, A. (2000). Exercise of Human Agency Through Collective Efficacy. *Current Direstions in Psychological Science.*, *9*(1), 72–78.

Barakatullah, H. A. (2017). *Hukum Transaksi Elektronik Di Indoensia*. Nusa Media.

Delvisa, E., & Riswan. (2023). Pengaruh *E-Commerce*, Pengetahuan Kewirausahaan dan Sistem Informasi Akuntansi pada Minat Berwirausaha. *Jurnal EMT KITA*, *7*(3), 630–636. https://doi.org/10.35870/emt.v7i3.1170

Destyana, D., & Mareta, S. (2025). *The Influence of Entrepreneurship Education , Social Media , E- commerce , and Accounting Information Systems on Entrepreneurial Decision Making in Accounting Students at Dian Nusantara University*. *5*(6), 1291–1301.

Disnaker Buleleng. (2019). *Masalah Tenaga kerja dan Angkatan Kerja Di Indonesia*. https://disnaker.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/masalah-tenaga-kerja-dan-angkatan-kerja-di-indonesia-56

Fajriati, R. (2018). *Pengaruh Sikap, Motivasi, Kepribadian, dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa semester V Program Studi Manajemen FEB UMY*. 85–121.

Fauzi, R. A. (2017). *Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Akuntansi (1st ed.)*. Deepublish.

Hamsun, Natsir, M., Mile, Y., & Yuniar, L. S. (2019). Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Kepribadian, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Tadulako. *Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif*, *2*(1), 195–222. https://doi.org/10.1201/9781032622408-13

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Hati, R. P., Tanjung, R., & Melania, S. (n.d.). *The Influence Of Using Accounting Information System , E-Commerce , And Income Expectations On Decision To Become An Entrepreneurer (Case Study : Students Of The Faculty Of Economic And Business , Universitas Riau Kepulauan)*. 382–394.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *43*, 115–135.

Latang, D. H. (2023). *Pengaruh Pemahaman E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Unismuh Makassar*. Universitas Muhammadiyah Gresik.

Lovita, E., & Susanty, F. (2021). Peranan Pemahaman *E-Commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi Bagi Kewirausahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, *18*(02), 47–54. https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.437

Maizs, M. R. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat Desa Permata Johar*. 1–81.

Mambu, C. N., Pangemanan, S. S., Pandowo, M., & Influence…, T. (2019). the Influence of Entrepreneur Knowledge, Family Experience With Business, Entrepreneurial Education on the Interest of Student Entrepreneurship in Ukm Universitas Sam Ratulangi. *451 Jurnal EMBA*, *7*(1), 451–460.

Mardi. (2014). *Sistem Informasi Akuntansi (Risman Sikumbang (ed.); 2nd ed.)*. Ghalia Indonesia.

Margareta, I. P. (2019). Pengaruh *E-Commerce* dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha (Studi Kasus pada Perguruan Tinggi Swasta Di Wilayah Surakarta). *Jurnal Akuntansi*, 1–15.

Nabilah, A., Ronardi, S., Azzahra, Q. S., Maharani, F., & Rodiah, S. (2024). Pengaruh *E-Commerce*, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, Dan Ilmu Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, *2*(2), 348–358. https://doi.org/10.55606/jumia.v2i2.2800

Nurabiah, N., Herlina Pusparini, & Yusli Mariadi. (2021). *E-Commerce* Dan Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Faktor Pendorong Pengambilan Keputusan Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, *5*(2), 238–253. https://doi.org/10.29303/jaa.v5i2.97

Nurbaya, S., & Moerdiyanto. (2012). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesiapan Berwirausaha Siswa Kelas XII SMKN Barbarai Kabupaten Hulu/ Sulawesi Tengah Kalimantan Selatan*. Pascasarjaya Universitas Negeri Yogyakarta.

Prastiwi, N. (2024). Pengaruh *E-Commerce* Dan Pemahaman Sistem Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Syariah FEBI IAIN Metro). In *IAIN Metro* (Vol. 15, Issue 1). Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Putri, O. T., Linawati, L., & Solikah, M. (2023). Effect of Accounting Information Systems, *E-Commerce*, Knowledge of Accounting as a Motivator for Accounting Students Against Entrepreneurial Interests. *Kilisuci International Conference on Economic & Business*, *1*(1), 179–188.

Rahmania, M., Wati, W., & Purnama Sari, W. (2022). The Effect of Entrepreneurship Knowledge, *E-Commerce*, Family Environment and Achievement Motivation on Interest In Entrepreneurship of Economic Education Students, Universitas PGRI Sumatera Barat. *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *5*(1), 24. https://doi.org/10.24014/ekl.v5i1.17064

Ririn et al., 2022. (2022). *714-Article Text-3362-3-10-20220805*. *11*(1), 614–621.

Sampurna, A. A. (2015). *Minat Berwirausaha Ditinjau Dari Motivasi Berwirausaha dan*

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Prestasi Belajar Mata Pelajaran Kewirausahaan Pada Siswa Kelas XI Program Keahlian Karawitan dan Seni Tari SMK Negeri 8 Surakarta Tahun Ajaran 2014/2015. SMK Negeri 8 Surakarta.

Setyawan, A., Budi, W., & Ningsih, S. (2024). *Jurnal Ilmiah Akutansi Pengaruh Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi , E-Commerce , modal usaha (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Di Solo Raya)*. *1*(2), 56–65.

Shapero, A., & Sokol, L. (1982). *The Social Dimensionsof Entrepreneurship*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.

Sholih, M. W., Prayogo, I., Ubaidillah, M., Wardhani, A. P., & A'yun, A. Q. (2022). The Effect of Entrepreneurship Education and *E-Commerce* on Entrepreneurship Interest Moderated by Android-Based Accounting Information Systems. *International Journal of Finance, Economics and Business*, *1*(3), 220–230. https://doi.org/10.56225/ijfeb.v1i3.61

Situmorang, A. P. (2021). *Rata-Rata Rasio Wirausaha di Negara Maju 12 Persen, Indonesia Baru 3,74 Persen*. https://www.liputan6.com/bisnis/read/4617800/rata-rata-rasio-wirausaha-di-negara-maju-12-persen-indonesia-baru-374-persen?page=2

Suryana. (2009). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.

Untari, R. A. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa* (Vol. 2, Issue 2). Universitas Pembangunan Nasional. https://doi.org/10.57113/jtf.v2i2.324

Wildani, F. A. (2022). Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Dengan Pengaruh Faktor *E-Commerce*, Sistem Informasi Akuntansi, dan Self Efficacy. *Jurnal Akuntansi UMMI*, *3*(September). https://jurnal.ummi.ac.id/index.php/jammi/article/view/1780%0Ahttps://jurnal.ummi.ac.id/index.php/jammi/article/download/1780/953

Wulandari, Maslichah, & Sudaryanti, D. (2020). Pengaruh *E-Commerce* Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Pengambilan Keputusan Dalam Berwirausaha Di Sanggam Mart Kabupaten Balangan. *E-Jra*, *09*(04), 68–82.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.