

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengangguran ialah masalah dalam makro ekonomi yang penting. Setiap negara seringkali memiliki suatu masalah yang berkaitan dengan pengangguran, termasuk Indonesia. Pengangguran bisa menciptakan banyak masalah sosial dan ekonomi yang mana hal ini tidak dapat dihindari. Termasuk revolusi industri 4.0 tantangan untuk mencari pekerjaan di kalangan lulusan perguruan tinggi semakin ketat dan jumlah peluang penawaran kesempatan kerja tidak sebanding dengan jumlah lulusan (Prasetyo, 2020). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) berdasarkan kategori Pendidikan mempunyai pola yang sama pada Februari 2021, Agustus 2020, dan Februari 2020. Menurut Data Badan Pusat Statistik (2021) Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT), pada SMK Februari 2020 yaitu 2,10% sedangkan pada Februari 2021 mengalami peningkatan pada SD 3,1%, SMK 11,45% tamatan Universitas 6,97% yaitu 19 juta orang dari total Angkatan kerja. Tentu kondisi itu sangat mengkhawatirkan mengingat untuk mendapatkan pekerjaan persaingan akan menjadi sangat ketat dikarenakan semakin diseleksinya kompetensi dan keahlian tertentu. Lulusan perguruan tinggi yang tidak memiliki keterampilan di luar bidang studinya tidak akan mampu bersaing dan akan berstatus sebagai pengangguran terdidik, sehingga salah satu solusi untuk mengatasi masalah

pengangguran adalah dengan menyiapkan lulusan berjiwa wirausaha yang mampu menyediakan lapangan pekerjaan untuk diri sendiri ataupun orang lain (Suryaman, 2006).

Kepala Biro Humas Kemendag Fajarini Puntodewi, melalui data *entrepreneurship global index* 2018, indeks kewirausahaan di negara maju sebesar 14% sementara indeks kewirausahaan di Indonesia baru sebesar 3,1% masih di bawah negara ASEAN lainnya yakni Singapura, Malaysia, Thailand, dan juga Filipina. Kewirausahaan secara langsung memiliki kontribusi dalam memberikan pertumbuhan perekonomian. Sehingga usaha mendorong terciptanya wirausahawan baru penting untuk dilakukan. Pemerintah memiliki target rasio kewirausahaan mencapai 3,95 persen di tahun 2024. Sebagaimana amanat terbitnya Peraturan Presiden (Perpres) nomor 2 tahun 2022, tentang pengembangan kewirausahaan nasional. Dimana pada 2020, rasio kewirausahaan baru mencapai 3,47%. Menurut sensus ekonomi Badan Pusat Statistik (BPS), *baseline* 2019 jumlah rasio wirausaha mencapai 3,3% setara 8,2 juta artinya dengan target 3,95% di tahun 2024, maka diperlukan 1,5 juta penduduk yang usahanya menetap hingga 2024. Pertumbuhan 1,5 juta wirausahaan baru, tentunya efektif dalam jangka waktu 3 tahun, mulai dari 2022 hingga 2024. Sehingga rata-rata target per tahunnya sebanyak 500 ribu wirausaha baru.

Sunarya dan Saefullah (2011), menyatakan wirausahawan ialah seseorang yang mempunyai kemampuan untuk membuat sesuatu yang berbeda, mengorganisasi, menanggung risiko, berorientasi hasil, peluang, kepuasan pribadi dan perilaku kewirausahaan. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi generasi

muda adalah suatu upaya untuk mengurangi pengangguran saat ini. Pada zaman milenial saat ini, membutuhkan motivasi yang besar bagi generasi muda untuk menjadi seorang wirausahawan. karena untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan, seseorang tidak hanya didukung oleh bakat saja, tetapi juga keahlian. Keahlian berwirausaha ini dapat diperoleh melalui lembaga pendidikan. Pendidikan dapat menjadi modal penting bagi wirausahawan dalam bekerja. Dengan demikian sangat penting untuk lembaga pendidikan dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi generasi muda.

Di dunia industri global era digital 4.0 yang terus maju, semua orang dituntut aktif untuk mengikuti pertumbuhan dan perkembangan era digital, terutama bagi para wirausaha. Pada dunia bisnis, perkembangan teknologi informasi memudahkan para wirausaha untuk melakukan pekerjaan dimana saja. Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017), teknologi informasi menyampaikan informasi yang terpercaya, efektif serta efisien yang memudahkan dalam bertansaksi. Semakin canggih teknologi informasi, semakin besar persaingan antar wirausaha. Kesempatan memperluas bidang usaha menjadi lebih mudah jika seorang wirausaha mampu mengikuti persaingan dengan wirausaha yang lainnya. Namun jika seorang wirausaha tidak mampu bersaing, maka bidang usahanya pun akan terancam. Pemanfaatan teknologi informasi merupakan suatu cara solusi untuk mengembangkan usaha, penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran barang dan jasa merupakan salah satu bentuk teknologi informasi yang sedang berkembang saat ini yang dapat dilakukan melalui televisi atau jejaringan komputer (*e-commerce*). Seorang wirausaha diharuskan untuk bisa mengidentifikasi dan

mengambil manfaat dari perubahan yang terjadi sebagai akibat dari perubahan teknologi seperti *e-commerce* yaitu, pertukaran informasi ekonomi, konektivitas, dan interaktifitas, perubahan yang cepat, *network* sesuai skala ekonomi, dan pertukaran barang yang berlebih di suatu tempat (Hasan dan Harris, 2009). Penggunaan internet yang sudah menyebar luas keseluruh penjuru Indonesia harus dapat dimanfaatkan oleh calon wirausaha untuk dapat mengembangkan bisnis mereka untuk mencapai orientasi secara lebih luas.

Adanya pengembangan akan penggunaan internet tersebut menjadikan proses bisnis secara online berkembang sangat pesat. Bisnis online yang sangat hangat diperbincangkan saat ini adalah *e-commerce*. Sehingga peneliti menganggap *e-commerce* berpengaruh kuat terhadap keputusan berwirausaha oleh mahasiswa. *E-commerce* adalah kegiatan jual beli barang atau jasa yang dapat dilakukan secara elektronik atau *online*. Penggunaan *e-commerce* pada awalnya hanya terdapat pada perusahaan besar. Namun semakin meningkatnya penggunaan teknologi di masyarakat, maka perusahaan kecil pun telah menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya. *E-commerce* dapat membantu pengusaha kecil untuk menciptakan peluang baru yang lebih menguntungkan.

Menurut Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017), menyatakan bahwa semakin tinggi pengetahuan mahasiswa mengenai *e-commerce*, maka akan semakin meningkat minat mahasiswa untuk berwirausaha. Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari Sari dan Pravitasari (2022), dan Nurabiah, dkk (2021), bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha sedangkan penelitian oleh Indrayeni (2022), menyatakan bahwa *e-commerce* tidak

mempengaruhi keputusan untuk berwirausaha. Apalagi sekarang kemajuan teknologi dapat memberikan kemudahan dalam mengembangkan bisnis dan memberikan peluang bisnis bagi wirausaha untuk melakukan penjualan secara lebih luas, praktis dan mendapatkan keuntungan lebih besar. Wirausaha bisa menggunakan *e-commerce* sebagai bagian dalam pengembangan bisnisnya. Hal ini dilakukan wirausaha cukup membuat *web* di internet untuk memasarkan produknya dan juga tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal untuk memperluas promosi dalam bisnisnya. Banyak promosi yang dilakukan para wirausaha seperti menggunakan media sosial. Media sosial merupakan sebuah fenomena baru yang telah mengubah cara lingkungan bisnis beroperasi (Prihadi & Susilawati, 2018).

Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui sebagai pendongkrak kinerja bisnis, media sosial dapat membuat bisnis yang kecil mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk atau jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang memiliki tujuan untuk membangun hubungan yang baik (Kotler & Keller, 2012, p.568). Teknologi digital telah memberikan kesempatan bagi terbangunnya wirausaha bagi generasi muda, dengan memanfaatkan *social media* mereka dapat membuka bisnis dan mendapatkan penghasilan sehingga dapat mencukupi kebutuhan mereka sendiri (Maryati & Masriani, 2019). *Social media* yaitu gabungan sosiologi dan teknologi yang memungkinkan seseorang melakukan interaksi sosial melalui dunia virtual. Dan juga *social media* merupakan aplikasi internet yang memungkinkan semua penggunanya saling terhubung dengan

menciptakan, membagikan dan menerima informasi antar pengguna (Banyumurti, 2018). *Hootsuite (we are social)*, sebuah situs ditulis oleh Kamp (2021), sebagai layanan manajemen konten yang menawarkan layanan media *online* dan terhubung ke berbagai situs jejaringan sosial menyatakan bahwa penggunaan internet dan media sosial di Indonesia per Januari 2021 tercatat 73,7% dan 61,8% atau sekitar 201 juta dan 169 juta pengguna dengan waktu rata-rata yang dihabiskan pengguna adalah 8 jam 52 menit. Hootsuite juga menyatakan bahwa *Youtube, Whatsapp, Instagram, Facebook, Twitter, Facebook Messenger, Line, Linkedin, Tiktok, Pinterest, Telegram, Wechat, Snapchat, Skype, Tumblr, dan Reddit* sebagai sepuluh media sosial yang paling banyak dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia. Adanyanya *social media* membuat perubahan pada perilaku, budaya, dan norma pada masyarakat. Hampir semua kalangan dari berbagai macam latar belakang dan usia memiliki dan menggunakan *social media* sebagai sarana menyampaikan dan memperoleh informasi.

Social media bisa mengalihkan dunia nyata ke dalam “dunia maya”. Penggunaan *online* yang begitu tinggi membuat penggunaannya membawa dunia maya mereka saat berkumpul bersama keluarga, saat makan, saat menjelang tidur, bahkan berkendara. Peran *social media* diakui mampu mendongkrak bisnis, dikarenakan mudahnya dalam mempromosikan usaha. Mahasiswa pengguna *social media* sering dijadikan sebagai target pasar merek-merek lokal, dan juga jualan *online* teman-temannya, bagi yang sadar hal ini tentu bisa memberikan motivasi juga minat untuk memperoleh keuntungan berwirausaha melalui *social media* bukan sebatas hanya menjadi konsumen semata (Indraswati dkk, 2021).

Penggunaan *social media* yang mendominasi kalangan muda atau mahasiswa seharusnya dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi dan lapak untuk menjual dagangannya, hal ini juga lebih menghemat biaya dan waktu, sehingga membuka peluang usaha baru. *Social media* ialah salah satu faktor yang dapat menunjang aktivitas berwirausaha saat ini, karena *social media* dapat memberikan terobosan untuk mengubah pola pikir para pelaku wirausaha serta menjadi sarana untuk menarik para konsumen (Sugeng & Laela, 2018:5.). Abiyus, dkk (2022), dan Haryantini (2021) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa *social media* berpengaruh terhadap minat berwirausaha sedangkan hasil penelitian dari Aisyah, dkk (2023), menerangkan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Dalam menjalankan bisnis secara *online*, modal memiliki pengaruh yang kuat terhadap kelancaran bisnis, karena modal merupakan faktor utama dari usaha. Lubis dan Maha (2021), menyatakan bahwa minat mahasiswa untuk memulai usaha cukup tinggi, tetapi karena tidak memiliki modal yang cukup menjadikan penghalang mahasiswa untuk memulai usaha. Aditya dan Febriyanti (2021), menyatakan bahwa dalam menjalankan usaha, pengetahuan mengenai sistem informasi akuntansi harus dipahami seorang wirausaha. Dikarenakan menjalankan usaha pasti mengalami permasalahan keuangan, dan persaingan yang semakin ketat. Demikian, perlu mencermati sistem informasi akuntansi supaya bisnis dapat berjalan lancar, efisien, juga dapat mengurangi risiko yang akan dihadapi. Seorang wirausaha seharusnya memiliki pengetahuan terkait selama melakukan transaksi harus memiliki catatan data yang dapat digunakan untuk seseorang wirausaha

dalam pengambilan keputusan. Catatan data tersebut merupakan sumber informasi yang harus dimiliki wirausaha. Salah satu penyaji informasi merupakan akuntansi, dimana akuntansi adalah alat untuk menginformasikan keadaan dari suatu perusahaan atau organisasi (Pramiswari & Dharmadiaksa, 2017).

Sebagai alat dalam mengolah informasi akuntansi serta keuangan akuntansi membutuhkan suatu sistem informasi yang dapat menyampaikan informasi kepada pihak yang membutuhkan. Sistem informasi akuntansi merupakan kumpulan sumber daya (manusia dan peralatan) pada suatu organisasi yang dirancang sedemikian rupa yang berisi tentang informasi keuangan dan juga informasi yang telah dikumpulkan agar memudahkan dalam mengambil keputusan (Bodnar & Hopwood, 2013). Sistem informasi akuntansi merupakan sesuatu sistem yang terpaat proses bisnis, semacam pencatatan informasi transaksi, setelah itu diproses lewat klasifikasi, merangkum dan konsolidasi sehingga menciptakan laporan keuangan. jika sistem informasi akuntansi merupakan sesuatu sistem yang terdiri dari pengumpulan, pencatatan, penyimpanan serta pemrosesan bermacam-macam informasi transaksi akuntansi sehingga menciptakan data laporan keuangan. Semakin luas wawasan dan pengetahuan mengenai sistem informasi akuntansi, maka semakin besar minat mahasiswa dalam pengambilan keputusan berwirausaha (Romney, 2017). Dodik Aditya, dkk (2022) dan Anshory, dkk (2022), menyatakan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha sedangkan penelitian menurut Irmadha yeni (2022), sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Tabel 1.1
Research Gap

Dependen	Independen	Pengaruh	Peneliti
Pengambilan keputusan untuk berwirausaha	<i>E-commerce</i>	Berpengaruh	Sari dan Pravitasari (2022)
		Berpengaruh	Nurabiah, dkk (2021)
		Tidak Berpengaruh	Taufiq, Indrayeni (2022)
	<i>Social Media</i>	Berpengaruh	Abiyus, dkk (2022)
		Tidak Berpengaruh	Aisyah, dkk (2023)
		Berpengaruh	Haryantini (2021)
	Sistem Informasi Akuntansi	Tidak Berpengaruh	Irmadha Yeni (2022)
		Berpengaruh	Dodik Aditya dan Erlina Wati (2022)
		Berpengaruh	Al Anshory, dkk (2022)

Sumber: Berbagai jurnal, 2023

Berdasarkan uraian yang telah dibahas di latar belakang diatas dengan memperhatikan adanya pertentangan hasil dari pada penelitian terdahulu maka peneliti melakukan penelitian kembali dengan mengambil judul “Pengaruh *E-Commerce*, *Social Media* Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha (Studi Pada Mahasiwa FEB Universitas AKI Semarang)”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *E-commerce* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa untuk Berwirausaha?
2. Apakah *Social Media* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa untuk Berwirausaha?
3. Apakah Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa untuk Berwirausaha?
4. Apakah *E-commerce*, *Social Media* dan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa untuk Berwirausaha?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan menjadi terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan dan menjelaskan ruang lingkup penelitian, maka diperlukan sebuah batasan masalah. Dalam hal ini penulis membatasi dengan beberapa hal berikut ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada Universitas AKI Semarang pada Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Jurusan Akuntansi, Manajemen, Dan Perpajakan.
2. Penelitian ini berfokus pada *E-commerce*, *Social Media* dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) pada pengambilan keputusan dalam untuk berwirausaha.

3. Penelitian ini dilakukan kurang lebih 3 bulan dari juni 2023 sampai dengan agustus 2023.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *E-commerce* terhadap pengambilan keputusan untuk Berwirausaha.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Social Media* terhadap pengambilan keputusan untuk Berwirausaha.
3. Untuk mengetahui pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap pengambilan keputusan untuk Berwirausaha.
4. Untuk mengetahui pengaruh *E-commerce*, *Social Media* dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap pengambilan keputusan mahasiswa untuk Berwirausaha.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membuka pola pikir mahasiswa dalam belajar memahami lebih sungguh dalam mempelajari dunia kewirausahaan dan teori sistem informasi akuntansi sehingga dapat mengimplementasikan hasil belajar ke dunia industri dan dapat membuka lowongan pekerjaan bagi diri sendiri dan bagi orang lain. Juga memperhatikan penggunaan media sosial supaya dalam penggunaannya, tidak hanya menjadi pengguna pasif saja tetapi memberikan manfaat positif dalam menggunakan media sosial.

Dan juga sebagai wadah untuk mengembangkan dan memperluas pemikiran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha, serta menambah pengetahuan dalam bidang kewirausahaan.

b. Manfaat Praktis

Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam hal minat mahasiswa untuk kewirausahaan, sehingga dengan berkembangnya dunia kewirausahaan dapat memberikan kontribusi pada perekonomian negara. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi mahasiswa supaya dapat membangun usaha sedini mungkin, supaya dapat membuka lapangan pekerjaan untuk diri sendiri dan orang lain, sehingga mengurangi angka pengangguran dikalangan masyarakat dan dapat membuka peluang menambah lowongan pekerjaan bagi masyarakat.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah atau alasan memilih judul, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang tinjauan Pustaka, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, dan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis-jenis dan *design* penelitian, variable penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan instrument penelitian, teknik analisis data, dan prosedur eksperimen.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum perusahaan, objek penelitian yang menggunakan data-data atau hal lain yang dapat digunakan pada permasalahan yang akan diteliti

BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas tentang *deskripsi* hasil penelitian, pengujian hipotesis dan pembahasan penelitian

BAB VI: PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan penelitian dan saran penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Abiyus.W, Heri.H, Seswandi.A. (2022). *Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Unilak*.
- Aditya.D, Wati.E. (2022). *PENGARUH E-COMMERCE, SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DAN PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA UMKM DI KOTA DENPASAR)*. E-ISSN 2798-8961.
- Aisyah.S,Rahmani.B,Hasibuan.S. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Lingkungan Keluarga Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim*. *Journal On Education*. Volume 05, No.04, Mei-Agustus 2023, Pp. 11740-11757.
- Anggraeni. F, Halim. Moh Dan Zulkarnaeni.S. (2022). *Pengaruh E-Commerce, Digital Payment Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Jember)*. *UMJember Proceeding Series* (2022) Vol. 1, No. 5: 718-734.
- Anshory.A, Mawardi.C,Anwar.A. (2022). *PENGARUH E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PADA PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM BERWIRAUSAHA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Angkatan 2017 di UNISMA, UM dan UMM)*. *E-JRA*. Vol. 11 No. 03 Februari 2022.
- Aputra.A,Sukmawati,Aziz.N. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Pergaulan, Dan Media Sosial, Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UKM Kewirausahaan Universitas Muslim Indonesia*. *Jurnal Magister Manajemen*. Universitas Muslim Indonesia Volume 9 No.1 (2022).
- BudiastutiP, Muid.D. (2020). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGARUH MINAT PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE PADA APLIKASI SHOPEE DENGAN MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*. Volume 9 nomor 4, tahun 2020, halaman 1-10, ISSN (online): 2337-3806.
- Chusumastuti.D. (2020). *Pengaruh Pemanfaatan Media Online Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa (Studi Kasus Di Sekolah Tinggi Multi Media "MMTC" Yogyakarta*. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*. Volume 4 No. 2 Edisi September 2020.

- Farih.A,Jauhari.A,Widodo.E. (2019). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Kursus Bahasa Inggris Pare Dengan Viral Marketing Sebagai Variable Intervening*. JMK. 4 (1) 2019, 41-60.
- Fitriyah, Winarko, Kurniawan. (2022). *Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 11 No. 1 Juli 2022.
- Haryantini. (2021). *PENGARUH MINAT PENDIDIKAN BERWIRAUSAHA MENGGUNAKAN SOSIAL MEDIA TERHADAP PEBISNIS DIKALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS PAMULANG*. Volume 2 (2) (2021) 123-142.
- Ibrahim Dan Muslimin (2022). *Pengaruh E-Commerce, Ekspektasi Pendapatan, Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha*. JSMA. Volume 14 No. 1/Mei/2022.
- Indahsari.N,Halim.Moh,Aspirandy.M (2023). *Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Di Wilayah Banyuwangi*. JRAK. VOLUME 9 NO 1 JANUARI 2023.
- Indahsari.T dan Yulianti.A (2022). *PENGARUH E-COMMERCE DAN MATA KULIAH SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA MASA PANDEMI COVID-19*. Jurnal Ilmiah MEA. Vol. 6 No.3, 2022.
- Indraswati.D,Hidayati.R,Wulandari.P (2021). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PGSD UNIVERSITAS MATARAM*. Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan. Vol.9 No. 1 Hal 17-34.
- Kahyangan.R,Utomo.W,Wihartanti.V (2020). *PENGARUH LITERASI EKONOMI, SOSIAL EKONOMI DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KECENDERUNGAN BERWIRAUSAHA MAHASISWA*.
- Kusumadewi.N,Fitriani.N (2020). *IMPLEMENTASI Jiwa WIRAUSAHA DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWI PURWAKARTA*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. Vol. 7 No. 2 September 2020.
- Kusumawati. N Dan Suhartono.E (2022). *Analisis Pengaruh Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi, E-Commerce, Dan Modal Usaha Dalam Keputusan Berwirausaha (Studi pada anggota HIPMI PT Kota Semarang)*.

- Lestari.K (2021). *PENGARUH E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI AKUNTANSI DI UNIVERSITAS TRIATMA MULYA*. Vol. 02 No. 02 Nopember 2021:73-81.
- Lovita dan Susanty (2021). *Peranan Pemahaman E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Kewirausahaan. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen (JAM)*. volume 18 number 02 (Oktober 2021).
- Nurabiah, dkk (2021). *E-COMMERCE DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI SEBAGAI FACTOR PENDORONG PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA AKUNTANSI UNTUK BERWIRAUSAHA*. JAA. Vol. 5, No. 2 April 2021.
- Pramiswari, Dharmadiaksa (2017). *Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. E-Jurnal Akuntansi universitas udayana*. Vol.20.1. juli (2017): 261-289.
- Putri.i,Wahyuni.a (2023). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Penggunaan Sosial Media, Love Of Money Dan Self Efficacy Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Aktif Prodi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Dan Universitas Udayana)*.VJRA. Vol. 12 No. 1, Bulan April tahun 2023.
- Sari Dan Pravitasari (2022). *Pengaruh Persepsi E-Commerce, Model Usaha, Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keputusan Berwirausaha Di Pandemic Covid-19. Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*. Volume 6 Nomor 3, Juli 2022.
- Syaharani.P Dan Mayangsari (2022). *PENGARUH E-COMMERCE, PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, KETERSEDIAAN MODAL, DAN DUKUNGAN KELUARGA DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA AKUNTANSI*. *Jurnal Ekonomi Trisakti*. Vol. 2 No. 2 Oktober 2022.
- Taufiq.M dan Indrayeni (2022). *PENGARUH E-COMMERCE, SELF EFFICACY DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA*. JPPISB. Vol. 01 No.01 (2022).
- Wahida.A,Madrianah (2023). *PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT MAHASISWA BERWIRAUSAHA*. Volume 20 Nomor 1 April 2023.

- Wahyuni.T, Diana. N (2020). *E-COMMERCE DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI SEBAGAI FAKTOR PENDORONG PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA AKUNTANSI UNTUK BERWIRAUSAHA*. *E-JRA*. Vol. 09 No. 03 Februari 2020.
- Wulandari, DKK (2020). *PENGARUH E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PADA PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM BERWIRAUSAHA DI SANGGAM MART KABUPATEN BALANGAN*. *E-JRA*. Vol. 09 No. 04 Februari 2020.
- 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*. Vol. 09 No. 04 Februari 2020.
- Yeni.I (2022).*PENGARUH E-COMMERCE, SOCIAL MEDIA, DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau)*. *JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI AKUNTANSI*. ISSN: 2723-1399, e-ISSN: 2723-1488.