

Minat Berwirausaha Mahasiswa : Pemahaman Kemajuan Teknologi E-Commerce Dan Pemahaman Marketplace

Teguh Erawati*¹, Fitri Cahyaningsih²

^{1,2,3}Akuntansi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Daerah Istimewa Yogyakarta

Correspondence: eradimensiarch@gmail.com

Received: 14 Mei 2024 | Revised: 19 Juni 2024 | Accepted: 19 Januari, 2025

Keywords:

Understanding E-commerce;
Understanding marketplace;
Entrepreneurial Interest

Abstract

The influence of the industrial revolution 4.0 on the economy can be seen from the convenience offered by technological systems in the fields of trade and services. Nowadays, people can make transactions anytime and anywhere via the internet and electronically which results in increased efficiency and productivity as the background for carrying out this research. This research was carried out to find out how much influence understanding advances in e-commerce technology and understanding the marketplace has on students' interest in entrepreneurship in the Accounting Study Program at Bachelorwiyata Tamansiswa University. The method used is a quantitative method and convenience sampling technique. The sample used was 140 respondents, namely students of the Accounting Study Program at Bachelorwiyata Tamansiswa University. Data were collected using a questionnaire using a Likert scale, then processed and analyzed using SPSS version 25. The analysis techniques used were descriptive analysis, classical assumption tests, partial (t), simultaneous (F), and coefficient of determination (R²). The test results prove that there is a significant influence between understanding advances in e-commerce technology and understanding the marketplace on students' entrepreneurial interest. Students of the Accounting Study Program at Bachelorwiyata Tamansiswa University should not compete to find work after graduating from college, but can become entrepreneurs to open up employment opportunities and reduce the number of unemployed in Indonesia

Kata Kunci:

Pemahaman E-commerce;
Pemahaman marketplace;
Minat berwirausaha

Abstract

Pengaruh revolusi industri 4.0 pada ekonomi dapat dilihat dari kemudahan yang ditawarkan oleh sistem teknologi di bidang dagang dan jasa. Saat ini, orang bisa bertransaksi kapan saja serta di mana saja melalui internet serta elektronik yang menghasilkan peningkatan efisiensi dan produktivitas jadi latar belakang dilaksanakannya penelitian ini. Penelitian ini dilaksanakan buat ketahu seberapa besar pengaruh pemahaman kemajuan teknologi e-commerce dan pemahaman marketplace terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Metode dipakai ialah metode kuantitatif serta teknik convenience sampling. Sampel yang dipakai ialah 140 responden yaitu mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Pengumpulan data mengenakan kuesioner memakai skala likert, selanjutnya diolah serta dianalisis dengan SPSS versi 25. Teknik analisis dikenakan ialah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, parsial (t), simultan (F), serta koefisien determinasi (R²). Hasil pengujian membuktikan jika ada pengaruh signifikan antara pemahaman kemajuan teknologi e-commerce dengan pemahaman marketplace terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa sebaiknya tidak berlomba-lomba untuk mencari pekerjaan setelah lulus kuliah, namun dapat berwirausaha membuka lapangan pekerjaan dan mengurangi jumlah angka pengangguran di Indonesia.

PENDAHULUAN

Dalam era industri 4.0, perkembangan manusia mengalami perubahan yang signifikan dengan adanya Teknologi Internet of Things , Artificial Intelligence , Teknologi Percetakan 3D, Teknologi Big Data, dan Teknologi Robot dan Sensor. Pengaruh revolusi industri 4.0 pada ekonomi terlihat dari kemudahan yang ditawarkan oleh sistem teknologi di bidang dagang dan jasa (Al, n.d, 2019). Dunia bisnis internet mengalami perubahan besar dengan munculnya marketing digital. Dengan adanya marketing digital, perusahaan dapat lebih efektif dalam menjangkau konsumen potensial dan memperluas jangkauan bisnis mereka secara global. Hal ini menjadikan marketing digital sebagai salah satu strategi pemasaran yang amat penting di dunia bisnis saat ini (Bimada, 2016). Saat ini, salah satu teknologi yang paling banyak dipakai ialah internet, yang sudah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, memungkinkan integrasi bermacam teknologi yang mendukung publikasi informasi yang kaya dalam bentuk elektronik, seperti media sosial, perusahaan *e-commerce* yang sangat sukses disukai karena kemampuannya dalam menggunakan Instagram dan WhatsApp adalah dua contoh inovasi *e-commerce* terkini yang merevolusi industri ini (Dwivy Andre, 2018).

Membangun semangat kemandirian memerlukan perubahan sikap masyarakat, karena mayoritas masyarakat Indonesia lebih memilih berkolaborasi dengan orang lain dibandingkan menciptakan lapangan kerja sendiri (Rahmawati, 2020). Kegiatan berwirausaha pada kaum muda dalam beberapa tahun terakhir semakin populer. Keinginan berwirausaha mahasiswa didasarkan pada situasi saat ini tentang perkembangannya sejalan dengan kemudahan bertransaksi melalui *e-commerce* yang begitu pesat saat ini, yang banyak digunakan oleh mahasiswa karena jumlah mahasiswa yang membuka usaha sebagai reseller meningkat.

Perguruan tinggi masih ada kendala dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Mahasiswa terus berpikir bahwa kesempatan untuk bekerja hanya ditentukan oleh gelar dan ijazah tetapi tidak memikirkan bahwa dapat membangun lapangan kerja sendiri dengan *e-commerce* (Ayuningtyas, 2019). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nuriah & Mayangsari (2022) menunjukkan jika pemahaman *e-commerce* berhubungan positif pada minat berwirausaha mahasiswa. Perihal ini tunjukkan mahasiswa sekarang ini banyak melakukan kegiatan berwirausaha dan mendapat penghasilan berkat pemahaman *e-commerce*. Penelitian ini serupa penelitian Erawati (2022) jika pemahaman *e-commerce* berhubungan positif pada minat berwirausaha mahasiswa Hubungan antar variabel pemahaman *e-commerce* dan pemahaman *marketplace* saling mendukung. Penelitian ini serupa penelitian Erawati & Wati (2021) hasil penelitian memperlihatkan jika makin tinggi pemahaman *e-commerce* sehingga makin baik pula tingkat minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha dapat mengubah pola pikir mahasiswa supaya kelak setelah lulus dari perguruan tinggi tidak harus mencari pekerjaan di tempat lain akan tetapi dapat membuka lapangan pekerjaan sendiri.

Pembeda penelitian ini dengan penelitian sebelumnya tambahkan variabel independen yang berbeda yakni pemahaman *marketplace*. Variabel dependen yang digunakan yakni Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Kelemahan penelitian

sebelumnya yaitu hanya menggunakan satu variabel saja yaitu pemahaman *e-commerce* dan informasi penelitian yang disajikan kurang lengkap.

Pentingnya penelitian ini adalah memberikan informasi pada penelitian selanjutnya, dan juga memberikan pengetahuan baru mengenai pengaruh pemahaman kemajuan teknologi *e-commerce* dan pemahaman *marketplace* terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, penting dilakukan sebab memberikan kontribusi berupa hasil dari penelitian ini, supaya bisa jadi dasar acuan, bahan informasi serta bahan referensi bagi penelitian yang sama pada peneliti selanjutnya. Kontribusi pada penelitian ini adalah memberi informasi selaku dasar pertimbangan atau pendukung pada pengambil keputusan dalam mengelola minat berwirausaha mahasiswa.

Kewirausahaan masih sangat diminati dan yakni tantangan buat generasi muda membangun sikap serta keahlian berwirausaha. Keinginan untuk memulai bisnis sejak dini. Rasa berwirausaha mendorong seseorang untuk memulai dan mengelola bisnis mereka sendiri secara profesional. Seorang wirausaha harus menghadapi banyak tantangan dalam berbagai sarana dan layanan untuk mencapai keberhasilan usahanya karena seiring dengan pertumbuhan populasi yang cepat di Indonesia di era globalisasi serta industrialisasi saat ini, yang timbulkan banyak masalah. Berwirausaha akan mendorong seseorang cari serta memanfaatkan peluang untuk mengembangkan bisnis mereka dengan memaksimalkan potensi mereka. Keberadaan dan peran kelompok wirausahawan memengaruhi kemajuan ekonomi suatu negara, dan pemerintah mendorong generasi muda untuk menjadi wirausahawan melalui UU RI No 11 tahun 2020 mengenai Cipta Kerja. Mahasiswa ditekankan untuk mengembangkan kewirausahaan demi pertumbuhan ekonomi nasional. Generasi muda melihat peluang untuk menunjukkan potensi dan memaksimalkan keuntungan sebagai wirausahawan. Mereka merasa mampu menjadi kreatif dan inovatif, yang penting bagi seorang wirausahawan. Kemampuan untuk mengembangkan produk unggul dari segi kualitas, keuntungan, dan kemasan adalah kunci keberhasilan seorang wirausahawan.

Theory of Planned Behavior menambahkan elemen kontrol perilaku persepsi ke dalam penjelasan yang lebih mendalam dari *Theory of Reasoned Action*. Teori ini bagus karena dapat mengidentifikasi keyakinan individu terhadap pengendalian atas tindakan yang akan mereka lakukan, yang memungkinkan perbedaan perilaku yang diinginkan serta tidak diinginkan. Teori ini didasarkan pada gagasan bahwa siswa adalah individu yang objektif dan dapat memperkirakan risiko dari tindakannya sebelum memutuskan untuk bertindak. Variabel minat didefinisikan dalam *Framework Theory of Planned Behavior* sebagai komponen yang mempengaruhi niat seseorang, yang dipengaruhi oleh sikap seseorang terhadap tujuan yang ingin dicapainya. Hasil penelitian Basuki (2019) pemahaman *e-commerce* berdampak positif pada minat berwirausaha mahasiswa. Temuan ini juga diperkuat oleh Yadewani (2017) dan Nuriah & Mayangsari (2022) yang menegaskan pemahaman *e-commerce* berdampak positif serta signifikan pada minat berwirausaha mahasiswa.

Pemahaman *marketplace* adalah kapasitas untuk membangun pertukaran yang mencapai tujuan dengan menerapkan perencanaan dan pelaksanaan penetapan harga ide, distribusi komoditas dan jasa, dan penggunaan data elektronik (Mubarak, 2020). *Marketplace* yakni media *online* berbasis internet (berbasis web) yang digunakan buat lakukan transaksi bisnis antara pembeli serta penjual. Melalui kriteria ini, pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin media *online* berbasis internet (berbasis web) yang digunakan untuk melakukan

transaksi bisnis antara pembeli dan penjual yang diinginkan untuk mendapatkan harga pasar (Darussalam & Arief, 2018). memanfaatkan *marketplace* untuk melakukan kegiatan jual beli yang sebelumnya dilakukan dengan tangan guna memperlancar kegiatan pemasaran dan sebagai sumber informasi transaksi guna menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi dari biasanya (Erawati & Wati, 2021). Hasil penelitian Rahmawati (2020) pemahaman *e-commerce* berdampak positif serta signifikan pada minat berwirausaha mahasiswa.

METODE

Pendekatan kuantitatif dipakai pada penelitian ini. Sumber data primer memberikan informasi penelitian ini. Data primer yakni informasi yang didapat langsung dari sumbernya dan dikumpulkan dari sumber asli untuk keperluan penelitian tertentu (Sugiyono, 2022). Populasi penelitian sebanyak 140 responden yakni Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Metode pengambilan sampel penelitian ini ialah *non-probabilitas*, yakni *convenience sampling* dimana *convenience sampling* mudah dijangkau sesuai keinginan. Data dicari dari responden lewat kuesioner dengan menggunakan *google form* yang disebar pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas dan terdapat 140 responden yang mengisi kuesioner yang memuat pertanyaan yang mesti dijawab responden. Metode pengumpulan data yang dipakai yakni kuesioner buat instrumen penelitian. Instrumen penelitian yakni alat yang dibuat sesuai dengan tujuan pengukuran serta teori yang dipergunakan untuk mengambil data penelitian. Data yang didapat dianalisis memakai SPSS 25. Teknik analisis data yang dipakai yaitu teknik kuantitatif yang mana merupakan data yang diberikan skor sesuai dengan skala pengukuran yang sudah ditetapkan (*skala likert*) buat ukur sikap, pendapat serta persepsi individu ataupun kelompok terkait fenomena sosial. Jenis kuesioner yang dipakai bersifat *open-ended* dan berbentuk pertanyaan atau pernyataan dimana responden diminta buat pilih jawaban yang sesuai mencentang checklist.

Analisis deskriptif merupakan salah satu teknik analisis data. Uji autokorelasi, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan normalitas digunakan dalam uji asumsi klasik. Uji koefisien determinasi (R^2), uji simultan (uji F), serta uji parsial (uji t) semuanya termasuk dalam pengujian hipotesis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas dilaksanakan buat ketahu apakah data yang dikumpulkan punya distribusi normal. Uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* atau nilai signifikansinya, dipakai buat menguji (Sugiyono, 2022). Sebagaimana terlihat di tabel yakni:

Tabel 1: Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N	140	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.43074217
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.111
	Negative	-.079

Test Statistic	.111
Asymp. Sig. (2-tailed)	.072 ^c
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Sumber:Data primer diolah 2023

Hasil uji normalitas memperlihatkan jika *kolmogorov-smirnov* sejumlah 0,072. Hasil ini memperlihatkan jika Sig. (2-tailed) > 5% (0,05) data berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilaksanakan buat ketahui apakah ada korelasi variabel independen (Nurfu'adah, 2022). Pengujian ini memakai nilai *tolerance* serta VIF.

Tabel 2: Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1. (Constant)		
Pemahaman E-Commerce (X1)	.363	2.758
Pemahaman Marketplace (X2)	.363	2.758

a. Dependent Variable: Minat berwirausaha (Y)

Sumber:Data primer diolah 2023

Uji multikolinieritas variabel independen menunjukkan bahwa nilai VIF < 10 (0,1). Hasil kalkulasi SPSS bisa diamati pada tabel 4.6. Hasil ini memperlihatkan jika model regresi ini tidak menunjukkan gejala multikolinieritas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilaksanakan buat ketahui apakah ada perbedaan pada varians model residual. Model regresi baik ialah tidak menunjukkan heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas yang dilaksanakan penelitian, yaitu:

Tabel 3: Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
Pemahaman E-Commerce (X1)		-.091	.060	-.211	-1.526	.129
Pemahaman Marketplace (X2)		-.005	.051	-.014	-.100	.920

a. Dependent Variable:

Sumber:Data primer diolah 2023

Sebuah model regresi aman dari heteroskedastisitas dapat disimpulkan jika nilai signifikansi $> 0,05$.

Hasil Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi bermaksud pada regresi linier ada korelasi antar residual suatu observasi. Uji autokorelasi penelitian ini memakai *Durbin Watson*.

Tabel 4: Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.696 ^a	.485	.477	2.44842	1.874

a. Predictors: (Constant), Pemahaman Marketplace (X2), Pemahaman E-Commerce (X1)
 b. Dependent Variable: Minat berwirausaha (Y)

Sumber:Data primer diolah 2023

Nilai DW diantara -2 dan +2 bisa dikatakan jika penelitian ini tidak terjadi autokorelasi ataupun terbebas dari autokorelasi.

Hasil Uji t

Uji yang bertujuan buat mengetahui apakah hipotesis yang sudah dibangun oleh peneliti ditolak ataupun diterima. Berikut rincian hasil uji hipotesis penelitian ini:

Tabel 5: Uji t

Variabel	Tipe variabel	Prediksi	T	sig	Hasil hipotesis
Pemahaman <i>e-commerce</i>	Independent	+	3.184	.002	Terdukung
Pemahaman <i>marketplace</i>	Independent	+	4.022	.000	Terdukung

Sumber:Data primer diolah 2023

Bersumber pada hasil pengolahan data pada tabel 7 bisa disimpulkan:

- Variabel pemahaman *e-commerce* memiliki sig. $0,002 < 0,05$ maka berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.
- Variabel pemahaman *marketplace* memiliki sig. $0,000 < 0,05$ maka berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.

Hasil Uji F

Uji ini dilaksanakan buat buktikan salah satu variabel independen berpengaruh pada dependen secara signifikan positif. Berikut rincian hasil uji hipotesis penelitian ini:

Tabel 6: Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	777.253	2	386.627	64.494	.000 ^b
Residual	821.283	137	5.995		
Total	1594.536	139			

a. Dependent Variable: Minat berwirausaha (Y)
 b. Predictors: (Constant), Pemahaman E-Commerce (X1), Pemahaman Marketplace (X2)

Sumber:Data primer diolah 2023

Hasil uji F memakai program SPSS dijelaskan $F_{hitung} 64,494 > F_{tabel} 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Perihal ini memperlihatkan jika adanya Pemahaman *E-Commerce* (X1) dan Pemahaman *Marketplace* (X2) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat berwirausaha (Y) pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.

Hasil Uji Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dipakai menetapkan seberapa besar variabel independen, pemahaman *e-commerce* dan pemahaman *marketplace*, dapat menjelaskan variabel dependennya

Tabel 7: Uji Determinan (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1.	.696 ^a	.485	.477	2.44842	1.874

a. Predictors: (Constant), Pemahaman *E-Commerce* (X1), Pemahaman *Marketplace* (X2)
 b. Dependent Variable: Minat berwirausaha (Y)

Sumber:Data primer diolah 2023

Hasil uji R^2 variabel pemahaman *e-commerce* dan pemahaman *marketplace* dapat dijelaskan 47,7% variabel minat berwirausaha mahasiswa dengan nilai koefisien determinan diketahui 0,477. sisanya 52,3% diuraikan variabel lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Pemahaman *E-commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Pemahaman *e-commerce* sebagaimana hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pemahaman *e-commerce* berbanding lurus dengan minat berwirausaha mahasiswa hingga bisa dikatakan jika tinggi rendahnya pemahaman *e-commerce* akan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Hasil dari penelitian mendukung hasil penelitian dilaksanakan Basuki (2019) memperlihatkan jika pemahaman *e-commerce* berdampak positif signifikan pada minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian oleh Dzulfikri & Kusworo (2017) memperlihatkan jika minat berwirausaha mahasiswa berdampak positif serta signifikan dengan pemahaman *e-*

commerce. Nuriah & Mayangsari (2022) tunjukkan jika pemahaman *e-commerce* berdampak positif signifikan pada minat berwirausaha mahasiswa, sehingga termasuk faktor pokok dalam kegiatan berwirausaha berbasis *online*. Perihal tersebut sebab seseorang yang punya pemahaman yang baik terkait *e-commerce* maka akan terdorong dan memunculkan ide baru untuk dapat berwirausaha serta memasarkan produk melalui *e-commerce*. Apabila seseorang memiliki pemahaman *e-commerce* yang baik, kemungkinan besar akan mempunyai minat yang besar juga untuk berwirausaha.

Pemahaman *Marketplace* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Hasil penelitian ini memperlihatkan jika pemahaman *marketplace* berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Sarjanawiyata Tamaniswa. Mendukung penelitian yang dilaksanakan Putri (2022) memperlihatkan jika penggunaan *marketplace* berpengaruh signifikan pada minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini pula serupa penelitian Bryan & Keni (2022) menunjukkan bahwa pemahaman *marketplace* miliki dampak positif serta signifikan pada minat berwirausaha. Penelitian Erawati (2021) pula memperlihatkan jika minat berwirausaha mahasiswa penting untuk dikembangkan. Penelitian ini menunjukkan pemahaman *marketplace* punya pengaruh positif serta signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa ditandai jika mahasiswa berminat untuk memahami *marketplace* memiliki kecenderungan minat yang tinggi dalam berwirausaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tersebut disimpulkan:

- 1). Pemahaman *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, sejalan dengan penelitian Erawati (2022) serta Nuriah & Mayangsari (2022) tunjukkan pemahaman *e-commerce* berdampak positif signifikan pada minat berwirausaha mahasiswa. Mahasiswa dengan pemahaman *e-commerce* yang tinggi punya pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya minat berwirausaha. Hal ini membuat mahasiswa lebih kreatif dan inovatif mengembangkan ide baru untuk berwirausaha, sehingga mahasiswa dapat mempunyai penghasilan sendiri tanpa modal besar dan keterbatasan yang mahasiswa miliki.
- 2). Pemahaman *marketplace* berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, sejalan Putri (2021) serta penelitian Erawati (2021) tunjukkan pemahaman *marketplace* berdampak positif serta signifikan terhadap minat berwirausaha. Makin baik pemahaman *marketplace* yang dimiliki mahasiswa maka akan makin baik pula dalam minat berwirausaha. Perihal ini sebab pemahaman *marketplace* dapat mendorong mahasiswa untuk berwirausaha sehingga bisa mendapat penghasilan sendiri. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas penyebaran kuesioner dan melebihi jumlah sampel yang digunakan untuk lebih memberikan gambaran yang lebih akurat tentang populasi serta dapat menambah variabel lain.

DAFTAR RUJUKAN

- Al, A. M. (n.d.). *Defenisi Minat Menurut Beberapa Ahli_Psychologymania*. PT Raja Grafindo.
- Ayuningtyas. (2019). *Pengaruh Pengalaman Kerja, Independensi, Obyektifitas, Integritas Dan Kompetensi Terhadap Kualitas Hasil Audit (Studi Kasus Pada Auditor Inspektorat Kota/Kabupaten di Jawa Tengah)*.
- Basuki, K. (2019). Pengaruh E- Commerce terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 53(9), 1689–1699*. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Bimada, R. (2016). Analisis Faktor-Faktor Kewirausahaan Dalam Mengembangkan Usaha. *Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwajaya, 9–37*.
- Bryan, N. M., & Keni, K. (2022). Peluncuran Campus Marketplace Dalam Mengembangkan Kewirausahaan Mahasiswa Universitas. *Prosiding SENAPENMAS, 2(1), 504–509*.
- Darussalam, & Arief, G. (2018). *Jurnal Resti. Resti, 1(1), 19–25*.
- Dwivy Andre. (2018). *Perkembangan Teknologi Informasi Saat ini, dampak positif,negatif* (pp. 1–3). Offeedev. <https://idcloudhost.com/bagaimana-perkembangan-teknologi-informasi-saat-ini/>
- Dzulfikri, A., & Kusworo, B. (2017). Sikap, Motivasi, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa di Surabaya. *JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik), 5(2), 183–200*. <https://doi.org/10.21070/jkmp.v5i2.1310>
- Erawati, T. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Lingkungan Keluarga dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif dan Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia, 47(4), 124–134*. <https://doi.org/10.31857/s013116462104007x>
- Erawati, T. (2022). E-commerce, Inovasi, Pricing, dan Pendapatan UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 4(6), 1429–1444*. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i6.1144>
- Erawati, T., & Wati, R. E. (2021). Pengaruh Niat, Modal Sosial dan Peran Universitas Terhadap Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa. *Ilmiah Akutansi, 12(2), 105–118*. <https://www.ejournal.unibba.ac.id/index.php/akurat/article/view/590/494>
- Mubarak, I. (2020). Apa itu Marketplace? Pengertian, Jenis dan Contohnya. In *Niagahoster.Co.Id* (p. 1). Kampus IT. <https://www.niagahoster.co.id/blog/marketplace/>
- Nurfu'adah, A. (2022). Pengaruh Sustainability Report Disclosure Terhadap Financial Performance. *Repository Upi*. http://repository.upi.edu/83962/4/S_PEA_1800241_Chapter3.pdf
- Nuriah, K. S., & Mayangsari, S. (2022). Peranan Pemahaman E-Commerce, Sistem Informasi Akuntansi, Dan Ilmu Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk

Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 893–904.
<https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14733>

Putri. (2021). *175020014_Rachmawati Sagara Putri_BAB 1.pdf*.

Putri, R. S. (2022). *175020014_Rachmawati Sagara Putri_BAB 2.pdf*.

Rahmawati. (2020). Minat Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi*, 18–25.

Sugiyono. (2022). *Pengertian Metode Penelitian Kuantitatif Menurut Ahli - Skripsi Bisa*.
<https://www.skripsibisa.com/2022/01/pengertian-metode-penelitian-kuantitatif-menurut-ahli.html>

Yadewani, D. (2017). *Pengaruh e-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha | Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*. *Jurnal Reti*.
<http://jurnal.iaii.or.id/index.php/RESTI/article/view/6>