

Pengaruh *E-Commerce* Shopee, Sistem Informasi Akuntansi, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas di Jambi

Rani Nur Az-zahra Osman¹, Disya Yuke Farhana^{2*}, Yuliusman³, Muhammad Gowon⁴

^{1,2,3,4} Universitas Jambi

*Correspondence: Disya Yuke Farhana
Email: disyayukef@gmail.com

Received: 04-10-2025
Accepted: 15-11-2025
Published: 28-12-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak: Penelitian ini difokuskan untuk mengidentifikasi pengaruh Shopee sebagai platform e-commerce, penerapan sistem informasi akuntansi, serta persepsi risiko terhadap minat mahasiswa universitas di Jambi dalam berwirausaha. Tingginya angka pengangguran terbuka di kalangan usia muda menunjukkan perlunya pembinaan jiwa kewirausahaan di perguruan tinggi. Walaupun Shopee menguasai lebih dari separuh pangsa pasar e-commerce di Indonesia, tingkat ketertarikan mahasiswa untuk berwirausaha masih tergolong rendah. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS. Data dikumpulkan dari 200 mahasiswa menggunakan kuesioner berskala Likert. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan Shopee berpengaruh positif signifikan terhadap minat wirausaha mahasiswa, demikian pula sistem informasi akuntansi, sedangkan persepsi risiko memberikan pengaruh negatif signifikan. Secara keseluruhan, ketiga faktor tersebut menjelaskan 67,3% variasi minat wirausaha mahasiswa. Temuan ini diharapkan dapat memperkuat pengembangan ekosistem kewirausahaan digital di lingkungan perguruan tinggi.

Katakunci: E-Commerce; Sistem Informasi Akuntansi; Persepsi Risiko; Minat Berwirausaha; Mahasiswa

Pendahuluan

Kewirausahaan telah lama diakui sebagai salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi nasional, inovasi, dan penciptaan lapangan kerja. Gopala & Shekhar (2024) menunjukkan bahwa kewirausahaan generasi muda menjadi instrumen strategis untuk mengurangi pengangguran, menjembatani ketimpangan regional, dan mendorong pembangunan ekonomi inklusif melalui inovasi dan kompetitif digital.



Gambar 1. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)
Sumber: Badan Pusat Statistik, 2025

Gambar diatas menunjukkan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Indonesia pada Februari 2025 mencapai 4,76 persen, atau sekitar 7,28 juta orang dari total angkatan kerja 153,05 juta orang (BPS, 2025b). Meskipun angka ini menurun dibandingkan tahun sebelumnya, jumlah pengangguran secara absolut tetap tinggi, menandakan perlunya peningkatan penciptaan lapangan kerja baru melalui kewirausahaan. Namun, minat berwirausaha di kalangan mahasiswa masih tergolong rendah karena sebagian besar belum mempunyai keinginan yang kuat untuk memulai usaha sendiri (Rahmadani et al., 2023). Lebih lanjut (BPS, 2025a) menyebutkan kelompok usia muda (15-24 tahun) menyumbang tingkat pengangguran tertinggi, yakni 16,16 persen, menunjukkan bahwa generasi muda Indonesia masih menghadapi ketimpangan signifikan dalam akses lapangan kerja formal.

Perkembangan kewirausahaan di Provinsi Jambi terus menunjukkan tren positif. Data Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jambi mencatat peningkatan jumlah koperasi produsen menjadi 1.318 unit pada tahun 2025 (Suprayitno, 2025), sementara pemerintah menyalurkan sekitar Rp 5 triliun kredit bagi pelaku UMKM melalui 11 bank (Jailani & Agustia, 2025). Peningkatan ini sejalan dengan upaya universitas, seperti Universitas Jambi, yang aktif mendorong mahasiswa melalui pelatihan kewirausahaan berbasis digital (UNJA, 2025). Kondisi ini mencerminkan peluang besar bagi mahasiswa untuk berwirausaha di tengah pesatnya perkembangan *e-commerce* dan tuntutan digitalisasi akuntansi.

Perkembangan ekonomi digital dan *e-commerce* membuka peluang luas bagi masyarakat, termasuk mahasiswa, untuk berwirausaha daring. Indonesia sendiri menjadi pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara (Affifa, 2024), Shopee sebagai platform terpopuler.

Tabel 2. Platform E-Commerce Yang Sering Diakses Di Indonesia



Sumber: GoodStats, 2025

Hasil dari 2025 Shopee diakses oleh 53,22 persen pengguna internet di Indonesia, menjadikannya platform yang paling dominan di antara marketplace lain (Yonatan, 2025). Melalui Shopee, individu dapat menjual produk, mengelola toko, serta menjangkau pasar nasional dengan biaya operasional yang relatif rendah. Kondisi ini menjadikan Shopee sebagai ekosistem potensial bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan wirausaha di era digital. Studi yang dilakukan oleh Dalif et al. (2024) Shopee dianggap mendukung layanan online dan mendorong minat wirausaha mahasiswa. Sedangkan Studi oleh Afiqoh & Afkar (2025) menyebutkan *e-commerce* shopee tidak punya pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Keberhasilan usaha *online* tidak hanya bergantung pada platform penjualan semata. Meskipun *e-commerce* menawarkan kemudahan akses, keberlanjutan usaha di platform digital memerlukan lebih dari sekadar aktivitas jual beli. Para wirausaha muda, termasuk mahasiswa, harus mampu mengelola bisnis mereka secara profesional. Sistem Informasi Akuntansi (SIA) berperan penting dalam meminimalkan kesalahan pencatatan, meningkatkan efisiensi, mempercepat penyajian laporan keuangan, dan mendukung keputusan bisnis, terutama bagi usaha *e-commerce* yang mayoritas masih tergolong UMK (Fitrah & Yuliati, 2023). Aprili & Nurabiah (2025) dan Agusta & Yadnyana (2025) Dalam studinya dinyatakan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Sedangkan Nabilah et al. (2024) Minat berwirausaha mahasiswa tidak dipengaruhi oleh sistem informasi akuntansi.

Minat berwirausaha mahasiswa sering terhambat oleh faktor psikologis berupa persepsi risiko, yakni pandangan individu terhadap ketidakpastian dan potensi kerugian dalam berbisnis (Fanea-ivanovici & Baber, 2021). Kewirausahaan dihadapkan pada berbagai risiko seperti ketidakpastian pasar, persaingan ketat, dan penipuan online yang dapat menurunkan kepercayaan konsumen (Puspitarini, 2021). Studi oleh Mardikaningsih (2023) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap minat berwirausaha Wibowo et al. (2021).

Belum banyak studi yang menggabungkan *e-commerce*, sistem informasi akuntansi, dan persepsi risiko pada konteks mahasiswa Jambi, sehingga perlu dikaji lebih lanjut faktor yang memengaruhi minat wirausaha berbasis Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991).

Metode Penelitian

Desain Penelitian

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji hubungan kausal antar faktor. Desain penelitian bersifat *explanatory research* yang bertujuan menjelaskan pengaruh faktor independen terhadap faktor dependen berdasarkan Theory of Planned Behavior. (Ajzen, 1991).

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi studi meliputi mahasiswa aktif universitas di Jambi tahun akademik 2024/2025. Sampel dipilih secara purposive dengan kriteria mahasiswa semester 3 ke atas, memahami Shopee, dan pernah menempuh mata kuliah kewirausahaan atau sistem informasi akuntansi. Sebanyak 200 responden ditetapkan sesuai rumus Hair et al. (2019) untuk memenuhi syarat SEM-PLS.

Proses seleksi sampel dilakukan melalui penyebaran kuesioner online kepada 250 mahasiswa. Dari jumlah tersebut, 220 kuesioner kembali (response rate 88%), namun 20 kuesioner tidak memenuhi kriteria kelengkapan data sehingga yang dianalisis sebanyak 200 kuesioner.

Instrumen Studi

Instrumen Studi memakai kuesioner terstruktur dengan skala Likert 1-5 (1=Sangat Tidak Setuju hingga 5=Sangat Setuju). Kuesioner terdiri dari empat bagian:

1. E-Commerce Shopee (X1) 10 item pertanyaan yang diadaptasi dari Studi Dalif et al.

- (2024) dan Afiqoh & Afkar (2025), mengukur dimensi kemudahan penggunaan, manfaat platform, dan aksesibilitas.
2. Sistem Informasi Akuntansi (X2) 9 item pertanyaan yang diadaptasi dari Studi Aprili & Nurabiah (2025) dan Agusta & Yadnyana (2025), mengukur dimensi pemahaman pencatatan, pelaporan keuangan, dan penggunaan aplikasi akuntansi.
 3. Persepsi Risiko (X3) 8 item pertanyaan yang diadaptasi dari Studi Fanea-Ivanovici & Baber (2021) dan Mardikaningsih (2023), mengukur dimensi risiko keuangan, risiko operasional, dan risiko pasar.
 4. Minat Berwirausaha (Y) 10 item pertanyaan yang diadaptasi dari Studi Rahmadani et al. (2023), mengukur dimensi keinginan, ketertarikan, dan kesediaan berwirausaha.

Validitas instrumen diuji memakai Convergent Validity dengan kriteria nilai outer loading > 0,70 dan Average Variance Extracted (AVE) > 0,50. Reliabilitas instrumen diuji memakai Composite Reliability dengan kriteria nilai > 0,70 dan Cronbach's Alpha > 0,60.

Teknik Analisis Data

Analisis data memakai Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) dengan software SmartPLS versi 4.0. Tahapan analisis meliputi:

1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)
 - a. Convergent Validity: outer loading > 0,70 dan AVE > 0,50
 - b. Discriminant Validity: memakai kriteria Fornell-Larcker dan Cross Loading
 - c. Reliabilitas: Composite Reliability > 0,70 dan Cronbach's Alpha > 0,60
2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model):
 - a. Koefisien determinasi (R^2): mengukur proporsi varians variabel endogen
 - b. Effect Size (f^2): mengukur kekuatan pengaruh
 - c. Predictive Relevance (Q^2): mengukur kemampuan prediksi model
 - d. Goodness of Fit (GoF): mengukur ketepatan model keseluruhan
3. Uji Hipotesis
 - a. Memakai metode bootstrapping dengan 5.000 subsampel
 - b. Hipotesis diterima jika nilai t-statistics > 1,96 dan p-value < 0,05
 - c. Analisis path coefficient untuk menentukan arah dan kekuatan pengaruh

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Responden Studi terdiri dari 200 mahasiswa dari berbagai universitas di Jambi dengan karakteristik: 62% perempuan dan 38% laki-laki; mayoritas berusia 19-22 tahun (78%); berasal dari berbagai program studi dengan dominasi ekonomi dan bisnis (45%), teknik (25%), dan ilmu sosial (30%); serta 68% responden pernah melakukan transaksi di Shopee lebih dari 10 kali.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Outer Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
E-Commerce Shopee (X1)	0,758 - 0,864	0,672	0,943	0,932

Sistem Informasi Akuntansi (X2)	0,742 - 0,849	0,651	0,929	0,915
Persepsi Risiko (X3)	0,735 - 0,828	0,629	0,912	0,892
Minat Berwirausaha (Y)	0,769 - 0,882	0,698	0,951	0,943

Berdasarkan Tabel 1, seluruh indikator memiliki nilai outer loading di atas 0,70, menunjukkan validitas konvergen yang baik. Nilai AVE di atas 0,50 menandakan indikator mampu menjelaskan lebih dari setengah variansnya. Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha juga melebihi batas minimum, sehingga data dinyatakan konsisten secara internal.

Tabel 2 Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)

Variabel	X1	X2	X3	Y
E-Commerce Shopee (X1)	0,820			
Sistem Informasi Akuntansi (X2)	0,624	0,807		
Persepsi Risiko (X3)	-0,412	-0,358	0,793	
Minat Berwirausaha (Y)	0,712	0,689	-0,524	0,835

Nilai diagonal (akar kuadrat AVE) lebih besar dari nilai korelasinya dengan variabel lain, mengindikasikan discriminant validity terpenuhi.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Tabel 3. Hasil Evaluasi Model Struktural

Kriteria	Nilai	Keterangan
R-Square (R ²)	0,673	Kuat
R-Square Adjusted	0,668	Kuat
Q ² (Predictive Relevance)	0,458	Relevan
Goodness of Fit (GoF)	0,671	Baik

Nilai R² sebesar 0,673 menunjukkan bahwa 67,3% variasi minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh e-commerce Shopee, sistem informasi akuntansi, dan persepsi risiko, sedangkan 32,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Nilai Q² sebesar 0,458 (> 0) mengindikasikan model mempunyai predictive relevance yang baik.

Uji Hipotesis

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis (Path Coefficient dan Bootstrapping)

Hipotesis	Path	Path Coefficient	t-Statistics	p-Value	Keputusan
H1	X1 → Y	0,342	5,187	0,000	Diterima
H2	X2 → Y	0,298	4,524	0,000	Diterima
H3	X3 → Y	-0,264	4,012	0,000	Diterima

Tabel 5. Effect Size (f²)

Path	f ²	Kategori
X1 → Y	0,156	Sedang
X2 → Y	0,118	Kecil-Sedang
X3 → Y	0,093	Kecil

Pembahasan

Pengaruh E-Commerce Shopee terhadap Minat Berwirausaha

Hasil Studi menunjukkan bahwa e-commerce Shopee berpengaruh positif dan

signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa ($\beta=0,342$; $t=5,187$; $p<0,05$). Temuan ini mendukung Studi Dalif et al. (2024), (Wahjusaputri & Nastiti, 2022), dan (Setiawan & Ariyanto, 2025) yang menyatakan bahwa keberadaan e-commerce Shopee sebagai media online membantu meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Shopee menyediakan ekosistem yang memudahkan mahasiswa untuk memulai bisnis dengan biaya rendah, jangkauan pasar luas, dan sistem pembayaran yang aman. Platform ini juga menawarkan berbagai fitur seperti Shopee University, gratis ongkir, dan program afiliasi yang mendukung pembelajaran dan praktik berwirausaha secara langsung.

Dominasi Shopee dengan 53,22% pengguna internet Indonesia (Yonatan, 2025) mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap platform ini. Mahasiswa yang familiar dengan Shopee cenderung lebih tertarik berwirausaha karena mereka sudah memahami mekanisme operasional, interaksi dengan konsumen, dan strategi pemasaran digital.

Dalam konteks Theory of Planned Behavior, kemudahan akses dan manfaat yang dirasakan dari Shopee membentuk sikap positif mahasiswa terhadap kewirausahaan digital. Semakin baik pemahaman mahasiswa tentang fitur dan keunggulan Shopee, semakin tinggi minat mereka untuk memanfaatkan platform tersebut sebagai wadah berwirausaha.

Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Minat Berwirausaha

Secara bersama-sama, e-commerce Shopee, sistem informasi akuntansi, dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan kontribusi 67,3%. Model ini memiliki prediksi kuat ($Q^2 = 0,458$) dan kesesuaian baik ($GoF = 0,671$), menegaskan ketiganya sebagai faktor utama pembentuk minat berwirausaha di era digital.

Sistem informasi akuntansi membantu calon wirausaha dalam meminimalkan kesalahan pencatatan, meningkatkan efisiensi operasional, dan mempercepat pengambilan keputusan bisnis (Fitrah & Yuliati, 2023). Dalam konteks e-commerce, di mana transaksi terjadi secara masif dan real-time, kemampuan mengelola informasi keuangan menjadi krusial. Mahasiswa yang menguasai sistem informasi akuntansi dapat memantau cash flow, menganalisis profitabilitas produk, dan merencanakan strategi pengembangan usaha dengan lebih baik (Turner et al., 2020).

Perbedaan ini dapat dijelaskan dari sudut pandang bahwa minat berwirausaha tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan teknis, tetapi juga oleh persepsi manfaat praktis yang dirasakan. Mahasiswa di Jambi yang telah terpapar dengan pelatihan kewirausahaan berbasis digital (UNJA, 2025) lebih memahami relevansi sistem informasi akuntansi dalam konteks bisnis nyata.

Berdasarkan Theory of Planned Behavior, pemahaman sistem informasi akuntansi meningkatkan perceived behavioral control mahasiswa terhadap kewirausahaan. Mereka merasa mempunyai kompetensi yang cukup untuk menjalankan bisnis, sehingga niat berwirausaha menjadi lebih kuat.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Berwirausaha

Semakin tinggi persepsi risiko mahasiswa, semakin rendah minat mereka untuk berwirausaha. Temuan ini mendukung Studi Mardikaningsih (2023) dan (Chen et al., 2020) yang menyatakan bahwa persepsi risiko menjadi penghambat psikologis dalam

membentuk intensi berwirausaha.

Mahasiswa yang mempunyai persepsi risiko tinggi cenderung khawatir terhadap ketidakpastian pasar, persaingan ketat, modal yang terbatas, dan potensi kegagalan usaha. Dalam konteks e-commerce, risiko tambahan seperti penipuan online, sengketa konsumen, dan fluktuasi permintaan memperkuat kekhawatiran tersebut (Puspitarini, 2021). Generasi muda yang belum mempunyai pengalaman bisnis seringkali lebih-lebihkan risiko dan mengabaikan peluang yang ada.

Namun, hasil Studi ini menunjukkan bahwa meskipun berpengaruh negatif, persepsi risiko mempunyai effect size yang relatif kecil ($f^2=0,093$). Hal ini mengindikasikan bahwa ketika mahasiswa mempunyai pemahaman yang baik tentang platform digital dan kompetensi manajerial yang memadai, persepsi risiko dapat dimitigasi.

Wibowo et al. (2021) persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Perbedaan konteks Studi, di mana responden Wibowo mempunyai lingkungan teknologi yang lebih matang, dapat menjelaskan perbedaan hasil ini.

Dalam kerangka Theory of Planned Behavior, persepsi risiko merupakan bagian dari attitude toward behavior yang membentuk evaluasi positif atau negatif terhadap kewirausahaan. Edukasi kewirausahaan yang efektif perlu mengintegrasikan manajemen risiko dan success stories untuk mengubah persepsi mahasiswa dari risk-averse menjadi calculated risk-taker.

Kesimpulan

E-commerce Shopee memberikan pengaruh positif terkuat, menunjukkan bahwa kemudahan akses platform digital menjadi katalis penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha. Sistem informasi akuntansi juga berkontribusi positif dengan membekali mahasiswa kompetensi manajerial yang meningkatkan kepercayaan diri mereka untuk berbisnis. Sebaliknya, persepsi risiko berpengaruh negatif, mengindikasikan bahwa kekhawatiran terhadap ketidakpastian dan potensi kerugian masih menjadi hambatan psikologis yang perlu dikelola. Secara bersama-sama, ketiga variabel mampu menjelaskan 67,3 persen variasi minat berwirausaha mahasiswa, menunjukkan bahwa model Studi ini mempunyai kemampuan prediksi yang kuat. Implikasi praktis dari Studi ini adalah perlunya perguruan tinggi mengintegrasikan pembelajaran kewirausahaan berbasis platform digital dengan penguatan literasi keuangan dan manajemen risiko. Studi selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel moderasi seperti self-efficacy, dukungan keluarga.

Daftar Pustaka

- Affifa. (2024). *E-Commerce Market Share: Shopee Leads The Pack*. Asia, Cube.
- Afiqoh, M., & Afkar, T. (2025). THE INFLUENCE OF SHOPEE E-COMMERCE AND ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM ON THE ENTREPRENEURIAL INTEREST OF ACCOUNTING STUDY PROGRAM STUDENTS, PGRI ADI BUANA UNIVERSITY SURABAYA. *International Conferences On Economics And Business Of PGRI Adi Buana University (ICEBA)*.
- Agusta, G. T. M., & Yadnyana, I. K. (2025). Pengaruh Pemahaman E-Commerce, Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi (JEBAKU)*, 5(2),

- 621–636. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v5i2.5389>
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2). [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Aprili, L. L. A., & Nurabiah. (2025). *Studi Eksploratif Tentang Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan, Sistem Informasi Akuntansi, Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Mataram*. 9(April), 1443–1457.
- BPS. (2025a). *Booklet Sakernas Februari 2025*.
- BPS. (2025b). *Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Sebesar 4,76 Persen. Rata-Rata Upah Buruh Sebesar 3,09 Juta Rupiah*.
- Chen, Q. Et Al. (2020). Psychological Perception-Based Analysis On The Influence Of Entrepreneurship Education On Entrepreneurial Intention. *Revista Argentina De Clinica Psicologica*, 29(1), 117. <https://doi.org/10.24205/03276716.2020.16>
- Dalif, N. A. Et Al. (2024). PENGARUH E-COMMERCE SHOPEE DAN KREATIVITAS MAHASISWA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA ONLINE MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA POLITEKNIK NEGERI UJUNG PANDANG. *Journal Of Business Administration (JBA)*, 4(2), 96–117.
- Fanea-Ivanovici, M., & Baber, H. (2021). *The Role Of Entrepreneurial Intentions , Perceived Risk And Perceived Trust In Crowdfunding Intentions*. 32(5), 433–445. <https://doi.org/10.5755/J01.Ee.32.5.29300>
- Fitrah, M. N., & Yuliati. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Efektivitas Kinerja Umkm Di Kotamalang. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 91–101. <https://doi.org/10.31955/Mea.V7i2.2969>
- Gopala, K. N., & Shekhar, P. B. (2024). *Youth Entrepreneurship In India : Driving Economic Growth And Social Inclusion – A Study*. 30(11), 1926–1930. <https://doi.org/10.53555/Kuey.V30i11.10127>
- Jailani, & Agustia, J. (2025). *Pemprov Jambi Salurkan Rp 5 T, Kredit Untuk UMKM Melalui 11 Bank Sepanjang 2025*. Jambi Independent.
- Mardikaningsih, R. (2023). *Dampak Persepsi Risiko , Modal Psikologi , Dan Pengalaman Kerja Dalam Membentuk Intensi Berwirausaha*. 1(3), 86–92.
- Nabilah, A. Et Al. (2024). Pengaruh E-Commerce, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, Dan Ilmu Kewirausahaan Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 2(2). <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i2.2800>
- Puspitarini, D. A. (2021). *Fraud Risk And Trust On The Intention To Buy Of E-Commerce*. 3(1), 45–52. <https://doi.org/10.20885/jca.vol3.iss1.art5>
- Rahmadani, I. Et Al. (2023). *Minat Berwirausaha Mahasiswa*. 7, 21–27.
- Setiawan, H. C. B., & Ariyanto, S. R. (2025). E-Commerce Technology Based Business Development In The Digital Era: Pesantrenpreneur Experience. *JUPI (Jurnal Ilmiah Studi Dan Pembelajaran Informatika)*, 10(1), 789–798. <https://doi.org/10.11591/edulearn.v16i3.20501>
- Suprayitno, A. (2025). *Diskop Provinsi Jambi Catat 1.318 Koperasi Bidang Produsen Tumbuh*. Antara News Jambi.

-
- Turner, L. Et Al. (2020). *Accounting Information Systems: Controls And Processes*. John Wiley & Sons.
- UNJA. (2025). *UNJA Cetak Wirausahawan Muda Lewat Workshop Kewirausahaan 2025*. Universitas Jambi.
- Wahjusaputri, S., & Nastiti, T. I. (2022). Implementation Of E-Commerce In Improving The Competitiveness Of Vocational Secondary Education Student Entrepreneurship Products. *Journal Of Education And Learning (Edulearn)*, 16(3), 384–391. <https://doi.org/10.29100/jipi.v10i1.7531>
- Wibowo, F. E. Et Al. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Persepsi Risiko, Lingkungan Teknologi Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Di Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Al Wafa Bogor). *Majalah Ilmiah Manajemen & Bisnis (MIMB)*, 18(2), 90–100.
- Yonatan, A. Z. (2025). *Shopee Jadi E-Commerce Yang Paling Banyak Diakses Di Indonesia 2025*. Goodstats.