



## Pengaruh Persepsi Pemanfaatan Media Pembelajaran E-commerce terhadap Minat Wirausaha Siswa SMK Gajah Mada 3 Palembang

Kadek Sari<sup>1\*</sup>, Erma Yulaini, Januardi<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Universitas PGRI Palembang, Indonesia  
\*E-mail: [deksarri14107@gmail.com](mailto:deksarri14107@gmail.com)

### ABSTRACT

This research aims to investigate the effect of using e-commerce learning media on students' entrepreneurial interest at SMK Gajah Mada 3 Palembang. Based on the background and limitations of the problem in this research, it is to find out whether there is an influence of perceptions regarding the use of e-commerce learning media on the entrepreneurial interest of students at SMK Gajah Mada 3 Palembang. The research methodology used in this data collection technique is documentation and questionnaires. Based on the research conducted, there are results from research that has been carried out. The results can be seen. So it can be concluded that the constant value is 100.214, meaning that if the perception of using e-commerce learning media (X) is 0, then the student's entrepreneurial interest will be negative (Y), namely 0.176, meaning that if the perception If the use of e-commerce learning media increases, interest in entrepreneurship will increase by 0.176, the coefficient is positive, so the relationship between the two variables, perception of use of e-commerce learning media (X) and Entrepreneurial Interest (Y), the higher the level of perceived value of use, the more interest. students to become entrepreneurs. Thus, it means that there is an influence of e-commerce learning media on the entrepreneurial interest of students at SMK Gajah Mada 3 Palembang. Efficacy using the Kolmogorov – Smirnov test, Levene's Homogeneity Test, and the simple Linear test were used to test questionnaire data on students.

**Keywords:** E-commerce Learning Media, Student Entrepreneurial Interest

Copyright © 2024, BEDELAU.  
All rights reserved.

### PENDAHULUAN

Persepsi seseorang dapat positif atau negatif saat mereka mengatur dan menginterpretasikan kesan sensoris untuk memberikan makna pada lingkungan mereka. Ini bergantung pada apa yang mereka amati dan nilai. Kemampuan otak untuk memahami dorongan atau proses yang diterima indera manusia disebut persepsi. Persepsi terjadi melalui proses penting. Persepsi ini mengacu pada bagaimana orang menggunakan panca indera mereka

untuk melihat berbagai objek. Arti dari persepsi ini adalah usaha. Persepsi positif dan negatif mirip dengan ingatan yang tertanam di alam bawah sadar manusia. Saat stimulus mulai merespon peristiwa yang akan membukanya, memori tersebut akan terlihat.

Pendidik harus berusaha mencari dan menggunakan media pembelajaran terbaik dari banyaknya sumber daya yang tersedia. Sesuai dengan kemajuan dalam teknologi pengajaran, teknologi informasi telah berkembang dengan sangat

kompleks dan pesat. Dengan menggabungkan teknologi, model pembelajaran modern dapat diterapkan pada berbagai tingkat usia, jenjang pendidikan, dan bidang studi. Ini memungkinkan guru menyesuaikan diri dengan keadaan sekolah. Pembelajaran adalah bagian penting dari sistem pendidikan, sehingga reformasi pendidikan sangat penting untuk meningkatkan standar pendidikan nasional dengan memasukkan pembelajaran.

Media pembelajaran tidak hanya membantu mentransfer atau menyampaikan pesan, tetapi juga dapat membantu siswa belajar lebih baik. Media pembelajaran sangat penting untuk proses siswa memperoleh pengetahuan dan keterampilan.

Perdagangan elektronik, juga dikenal sebagai *e-commerce*, mencakup jual beli dengan menggunakan fasilitas internet serta aktivitas seperti transfer dana, pemasaran barang dan jasa. Melalui kegiatan *e-commerce*, bisnis memiliki peluang untuk mendapatkan sebanyak mungkin pelanggan.

*E-commerce* adalah singkatan dari "*e-commerce*", yang berarti penyebaran, penjualan, pembelian, dan pemasaran barang dan jasa yang dilakukan melalui media elektronik yang terhubung ke jaringan internet. Ini adalah salah satu fenomena yang muncul sebagai hasil dari kemajuan teknologi. Kehidupan sehari-hari telah diubah oleh *e-commerce*, dan banyak peneliti tertarik untuk menyelidiki berbagai aspek yang terkait dengan belanja online.

Bisnis dapat menangani tantangan di era digital ini dengan bantuan aplikasi *e-commerce*. Selain itu, penting untuk diingat bahwa perdagangan elektronik memiliki banyak keuntungan, seperti meningkatkan jumlah transaksi dan memperluas pangsa pasar. Dengan

menjadi online, perusahaan dapat mengakses pasar global yang sebelumnya sulit diakses. Ini menghasilkan kemajuan yang cukup besar.

Meskipun kedua istilah diartikan dengan cara yang berbeda, kewirausahaan dan entrepreneurship memiliki tujuan dan lingkup yang sama. Dengan demikian, kewirausahaan didefinisikan secara harfiah.

Kajian terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya mengenai masalah yang sedang diteliti sebagai berikut : Penelitian (Ahmad, 2021) Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pelajar Dikota Tegal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh karena membuat bisnis lebih mudah ditemukan.

Penelitian (Seprina et al., 2018) Pengaruh efektivitas penggunaan *e-commerce* pada peningkatan motivasi berwirausaha pada siswa Smk bina jaya Palembang, penelitian menunjukkan hasil taraf sig 0.05 pertama diperoleh, bahwa adanya perbedaan nyata suatu motivasi siswa untuk menggunakan *e-commerce* dalam berwirausaha antara kelompok responden yang memiliki akun *e-commerce* dan kelompok responden yang tidak.

Penelitian (Fauliah A, 2022) Pengaruh penggunaan *e-commerce* faktor eksternal dan faktor internal terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* memiliki dampak positif dan sig terhadap minat berwirausaha, dengan nilai t hitung 0,035 < t tabel 1,662 dan nilai signifikansi 0,752 lebih besar dari 0,05.

## METODE

Untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode non eksperimen. Alat penelitian digunakan untuk mengumpulkan data, yang kemudian dianalisis secara kuantitatif atau statistik untuk menjelaskan dan menguji hipotesis yang telah dibuat.

Dokumentasi adalah pengolahan data dan informasi dalam bentuk tulisan, angka, gambar, buku, arsip, dokumen, dan laporan yang dapat digunakan untuk mendukung penelitian. Dokumen ini mencakup semua hasil wawancara serta keterangan yang diberikan informan. Peneliti memulai penelitian dengan melihat keadaan sebenarnya dalam dokumen tertulis seperti buku, peraturan, dokumen, notulen rapat, dan foto-foto kegiatan. Sugiyono (2018:240)

Angket adalah teknik pengumpulan data di mana responden diberi sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang harus mereka jawab. Jenis angket yang digunakan adalah angket tertutup, yang memiliki pertanyaan dan alternatif jawaban, dimaksudkan untuk membuat responden lebih mudah memberikan jawabannya dengan memilih salah satu dari alternatif jawaban yang tersedia. Menurut (Sugiyono, 2021).

Sampel penelitian terdiri dari jumlah dan karakteristik populasi. Kelas yang dijadikan sampel adalah kelas XI MP 1 dan XI MP 2. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik Probability Sampling (*Simple Random Sampling*). Menurut (Sugiyono, 2021) menggunakan istilah "Sederhana" karena anggota sampel yang diambil melalui pengambilan acak tanpa mempertimbangkan Strata Populasi. Adapun sampel untuk penelitian adalah peserta didik kelas XI MP 1 dan XI MP 2 yang berjumlah 47 orang.

Sebelum melakukan penelitian, peneliti mengurus surat izin penelitian untuk melakukan penelitian secara administrasi dari mulai izin pengantar dari Universitas PGRI Palembang ke Dinas pendidikan provinsi Sumatera Selatan pada tanggal 7 Mei – 20 Juni 2024 dari dinas pendidikan provinsi yang setelah itu di serahkan kepada sekolah di SMK Gajah Mada 3 Palembang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kriteria-kriteria pengambilan sampel yang telah ditentukan, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 47 responden dengan jumlah pernyataan sebanyak 20 dan 30 butir. Dari data yang di dapat disimpulkan bahwa media pembelajaran *e-commerce* kelas XI MP 1 dan MP 2 adalah sangat tinggi dapat dilihat dari perhitungan angket yang diberikan sebanyak 45 orang siswa menjawab dengan nilai yang tinggi dan 2 orang siswa menjawab dengan nilai Cukup Tinggi. Dalam hal ini dapat dilihat dari yang terbanyak pada kategori sangat berminat berjumlah 47 orang siswa yaitu 100%. Kategori sangat berminat berjumlah 0 orang siswa kategori cukup berminat 0 orang siswa dan kategori tidak berminat 0 orang siswa.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil menggunakan nilai signifikansi (*P-Value*) jika nilai signifikansi  $<0,05$  berkesimpulan valid, dan jika nilai signifikansi  $>0,05$  berkesimpulan tidak valid.

**Tabel 1 Hasil Uji Coba Validitas Angket Persepsi Pemanfaatan Media Pembelajaran E-commerce**

Item Pertanyaan	Sig.	Keterangan
Item 1	0,000	Valid
Item 2	0,000	Valid
Item 3	0,001	Valid
Item 4	0,002	Valid
Item 5	0,003	Valid
Item 6	0,002	Valid
Item 7	0,001	Valid
Item 8	0,000	Valid
Item 9	0,000	Valid
Item 10	0,000	Valid
Item 11	0,000	Valid
Item 12	0,000	Valid
Item 13	0,000	Valid
Item 14	0,000	Valid
Item 15	0,000	Valid
Item 16	0,000	Valid
Item 17	0,000	Valid
Item 18	0,000	Valid
Item 19	0,000	Valid
Item 20	0,000	Valid

Sumber: Olahan Peneliti 2024

### Uji Normalitas Data

Uji Normalitas data digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan statistik apa yang digunakan dalam pengujian hipotesis. Untuk penyelidikan, Uji Kolmogorov-Smirnov melalui software SPSS Versi 26 dengan tingkat kepercayaan 95%. Kriteria keputusan hasil uji adalah jika nilai sign. (signifikansi)  $> 0.05$ , maka data hasil penelitian dikatakan berdistribusi normal, namun sebaliknya jika nilai sign. (signifikansi)  $< 0.05$  maka data hasil penelitian berdistribusi tidak normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		47
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	7,12006941
Most Extreme Differences	Absolute	,111
	Positive	,048
	Negative	-,111
Test Statistic		,111
Asymp. Sig. (2-tailed)		,195 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

**Gambar 1. Uji Normalitas**

Dari output diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan Asymp Sig (2-tailed) sebesar 0,195 dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0.05$  ( $0,195 > 0,05$ ) nilai signifikan lebih besar dari taraf signifikan artinya data distribusi normal.

### Uji Homogenitas

Dilanjutkan dengan uji homogenitas data untuk memastikan bahwa variasinya homogen. Uji varians dilakukan oleh peneliti menggunakan SPSS Versi 26, dan statistik uji varians menggunakan statistik Levene's test of homogeneity of varians. Variasi sampel diuji homogenitas dengan leven's dengan tingkat signifikan 0,05. Sampel dianggap homogen jika signifikannya lebih dari 0,05 yang berarti Ho diterima.

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Minat Wirausaha	Based on Mean	1,895	1	92	,172
	Based on Median	1,676	1	92	,199
	Based on Median and with adjusted df	1,676	1	91,539	,199
	Based on trimmed mean	1,757	1	92	,188

**Gambar 2. Uji Homogenitas Leven's**

Berdasarkan perhitungan diatas uji homogenitas data yang diperoleh menunjukkan Sig. Based on Mean untuk variabel diperoleh bahwa nilai probabilitas (signifikan) sebesar  $0,172 > 0,05$  ( $0,172$  lebih besar dari  $0,05$ ) sehingga dengan demikian data tersebut dinyatakan homogen.

### Analisis Regresi Linear

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	100,214	10,989		9,120	,000
	X	-,176	,125	-,205	-1,405	,167

a. Dependent Variable: Y

**Gambar 3. Uji Bivariate Regression (Regresi Sederhana)**

Persamaan regresi berikut diperoleh berdasarkan nilai konstanta persamaan regresi  $a = 100,214$  dan koefisien variabel bebas  $b = 0,176$ . Nilai-nilai ini diperoleh dari tabel 4.4.  $Y = a + bX = 100,214 + 0,176 X$ . Artinya, Nilai tersebut menunjukkan bahwa arah model tersebut bernilai positif, maka semakin bagus persepsi pemanfaatan media pembelajaran *e-commerce* oleh siswa akan cenderung tinggi juga minat untuk wirausaha.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan dari hasil perhitungan persamaan regresi sederhana yang diperoleh  $Y = 100,214 + 0,176 X$  persamaan sesuai dengan rumus regresi linier sederhana yaitu  $Y = a + bX$  dimana Y merupakan lambang dari variabel terikat, a konstanta, b koefisien regresi untuk variabel X. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta  $100,214$  artinya jika persepsi pemanfaatan media pembelajaran *e-commerce* (X) nilainya 0 maka minat wirausaha siswa menjadi nilainya negative (Y) yaitu  $0,176$  artinya jika persepsi pemanfaatan media pembelajaran *e-commerce* mengalami kenaikan maka minat wirausaha akan mengalami peningkatan  $0,176$ , koefisien bersifat positif maka hubungan kedua variabel persepsi pemanfaatan media pembelajaran *e-commerce* (X) dan Minat Wirausaha (Y), semakin naik tingkat nilai persepsi pemanfaatan tersebut maka semakin minat siswa untuk menjadi wirausaha. Dengan demikian, berarti terdapat Pengaruh Media Pembelajaran *E-commerce* terhadap Minat Wirausaha Siswa SMK Gajah Mada 3 Palembang.

### Saran

Menurut perhitungan peneliti yang dilakukan adanya pengaruh media pembelajaran *e-commerce* terhadap minat wirausaha siswa di SMK Gajah Mada 3 Palembang dalam mata pelajaran

Produk Kreatif dan Kewirausahaan. Maka dari itu peneliti memberikan saran: 1) Agar siswa mampu membangkitkan Minat wirausaha dan menerapkan ilmu kewirausahaan yang di dapat agar menjadi wirausaha yang cerdas dan rasional dalam mengatur usaha dan perekonomian dimasa yang akan mendatang; 2) Bagi guru Diharapkan agar guru lebih banyak memberi contoh serta mempraktekan media pembelajaran *e-commerce* dalam kehidupan sehari-hari agar dapat menjadi contoh terhadap siswa; dan 3) Bagi peneliti, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian serupa mempertimbangkan variasi sampel yang akan diteliti jika populasi diperluas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2021). *Tugas Akhir Fix Perpus Widya Barcode*.
- Alia Akhmad, K. (2021). Peran Pendidikan Kewirausahaan Untuk Mengatasi Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(6), 173–181. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/419>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Ayu Junita Sari. (2022). *Pengaruh Persepsi Belanja Online Menggunakan E-Commerce Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Shopee Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Bandar Lampung*.
- Azizah, Nurkhayati, I., S, E., Winarto, & I, F. (2022). Pengembangan Model Pembelajaran E-Commerce Dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Mahasiswa. *IN Prosiding Seminar Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 376–384.
- Basri, M. H., Aka, K. A., & Saidah, K. (2022). Pengembangan Media Pembelajaran Montase Berbentuk

- Flip Chart Dengan Menggunakan Strategi Story telling Bagi Siswa Sekolah Dasar. *Journal Basic of Education (AJBE)*, 7(1), 33-45.
- Darlis. (2021). Pengaruh E-Commerce dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Dikota Belopa. *Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 5(2), 99-106.
- Dayshandi, D., Ragil Handayani, S., & Yaniwati, F. (2015). Pengaruh Persepsi dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Program Studi Perpajakan untuk Berkarir di Bidang Perpajakan (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Perpajakan (JEJAK)* |, 1(1), 2-4. [www.ortax.com](http://www.ortax.com)
- Fauliah A, C. (2022). *Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Faktor Eksternal Dan Faktor Internal Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa*. 1-23.
- Fernando, F., & Handoyo, S. E. (2022). Pengaruh Literasi Digital, Media Sosial, dan e-Commerce terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 99. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17171>
- Firmadani, F. (2020). Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Sebagai Inovasi Pembelajaran Era Revolusi Industri 4.0. *Prosiding Konferensi Pendidikan Nasional*, 2(1), 93-97. [http://ejurnal.mercubuana-yogyac.ac.id/index.php/Prosiding\\_KoPeN/article/view/1084/660](http://ejurnal.mercubuana-yogyac.ac.id/index.php/Prosiding_KoPeN/article/view/1084/660)
- Goldschlag, N., Kim, J. D., & Kristin, M. (2019). Perilaku Konsumen Di Era Digital. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Hasiru, D., Badu, S. Q., & Uno, H. B. (2021). Media-Media Pembelajaran Efektif dalam Membantu Pembelajaran Matematika Jarak Jauh. *Jambura Journal of Mathematics Education*, 2(2), 59-69. <https://doi.org/10.34312/jmathedu.v2i2.10587>
- Husein, H. (2020). Media Pembelajaran Efektif - Google Books. In *Fatawa Publishing*. [https://www.google.co.id/books/edition/Media\\_Pembelajaran\\_Efektif/pBgJEAQAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=video+pembelajaran&pg=PA166&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Media_Pembelajaran_Efektif/pBgJEAQAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=video+pembelajaran&pg=PA166&printsec=frontcover)
- Ii, B. A. B., & Teori, A. D. (n.d.). *No Title*. 12-52.
- Ilmu, F., Dan, T., Negeri, U. I., & Utara, S. (2020). Media pembelajaran. *Media Pembelajaran*, 8.
- Kala'lembang, A. (2020). Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19. *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 54. <https://doi.org/10.25273/capital.v4i1.7358>
- Lara. (2022). *No Title* הכי קשה לראות את מהארץ, 4, שבאמת לנגד העיניים. (8.5.2017), 2003-2005. [www.aging-us.com](http://www.aging-us.com)
- Lase, Y., & Ndraha, A. B. (2023). Analisis Urgensi Pelatihan Dalam Pengembangan Kompetensi Aparatur Sipil Negara (Asn) Di Pengadilan Negeri Gunungsitoli. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 1804-1814. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.52456>
- Maisan, I., & Nuringsih, K. (2021). Pengaruh Inovasi, E-Commerce Dan Gender Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*,

- 3(3), 731.  
<https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13157>
- Novyarni, N., Aprileny, I., Anhar, M., Sumitro, S., & Maserih, M. (2022). Pentingnya Pemahaman E-Commerce Bagi Siswa di Era Digitalisasi. *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 2(1), 55–61.  
<https://doi.org/10.36406/progresif.v2i1.543>
- Nurdiansyah, A., Pratiwi, A., & Kaunaini, B. (2022). Literature Review Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kepuasan. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 297–303.
- Nurvitasari, I. D. (2020). *Manajemen Pembelajaran Prakarya dan kewirausahaan dalam Meningkatkan Minat Wirausaha Siswa (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Sambit)*. April, 1–88.
- Potensi, P., & Berbasis, K. (2023). *Penguatan potensi kewirausahaan berbasis teknologi*. 5(3), 18–22.
- Purwantini, S., Rusdianti, E., & Wardoyo, P. (2021). Kreativitas Kewirausahaan. *Jurnal Tematik*, 3(2), 192–198.
- Sari, D. C. K., & Wibawa, S. C. (2017). Pengaruh Penggunaan E-commerce Dalam Proses Penjualan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri Ngraho. *It-Edu*, 2., 2(April), 49–58.  
[https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/25104/%5BCetakPerpusnas%5D Ekonomi Islami Solusi Tantangan Zaman.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=71](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/25104/%5BCetakPerpusnas%5D%20Ekonomi%20Islami%20Solusi%20Tantangan%20Zaman.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=71)
- Seprina, L., Suroyo, H., & Komalasari, D. (2018). Pengaruh Efektivitas Penggunaan E-Commerce Pada Peningkatan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa Smk Bina Jaya Palembang. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi Dan Komputer*, 8(2), 2089–0265.
- Sinulingga, C. P., & Zuhrial M. Nawawi. (2022). Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha di Era Global Cahya. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1611–1617.
- Sugiyono. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi R&B dan Penelitian Pendidikan)*.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.  
<https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>
- Yuswita, E. (2022). Pengaruh Pemahaman E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Serta Motivasi Berwirausaha Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Berwirausaha. *STIE Jakarta*, 1(69), 5–24.