



BAB I

PENDAHULUAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital di Indonesia telah menciptakan peluang besar bagi perkembangan kewirausahaan sehingga memberikan kemudahan kepada pelaku bisnis untuk memperluas bisnisnya dan semakin banyak orang yang tertarik untuk memulai bisnis sendiri. Kewirausahaan di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat, ditandai dengan munculnya berbagai perusahaan startup yang semakin berkembang di berbagai sektor industri. Saat ini, semakin banyak individu yang tertarik untuk menjadi *entrepreneur* serta mendalami bidang *entrepreneurship* sebagai bagian dari karier mereka. Setiap tahun, pertumbuhan startup di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan. Menariknya, banyak pendiri startup di Indonesia merupakan lulusan dari perguruan tinggi dalam negeri, yang menunjukkan bahwa institusi pendidikan memiliki peran strategis dalam mencetak wirausahawan masa depan (Nabil Muhammad Syarif, 2024).

Pemerintah menargetkan rasio kewirausahaan mencapai 4%. Catatan pemerintahan Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada akhir 2023 rasio kewirausahaan Indonesia baru mencapai 3,47%. Sementara rasio kewirausahaan negara-negara maju berkisar 10%-12%. Pemerintah sudah menerbitkan peraturan presiden nomor 2 tahun 2022 tentang pengembangan kewirausahaan nasional tahun 2021-2024, untuk merealisasikan target tersebut,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

peraturan presiden tersebut merupakan pedoman bagi kementerian/lembaga, pemerintahan daerah dan pemangku kepentingan lainnya dalam melakukan pengembangan kewirausahaan nasional (Lestari Moerdijat, 2024).

Sejak munculnya *platform E-commerce*, semakin banyak orang yang memilih belanja online. Dengan meningkatnya popularitas belanja online, *platform E-commerce* perlu menyesuaikan strategi dan menghadirkan inovasi untuk memberikan pengalaman belanja yang memuaskan. Melalui riset IPSOS, mereka ingin mengetahui *platform marketplace* mana yang paling memuaskan pengguna. *Pemain E-commerce* di Indonesia, seperti *Shopee, Tokopedia, Lazada*, dan *TikTok Shop*, terus berinovasi dengan fitur dan program baru.

Tabel 1.1
Data Merupakan Angka Rata-Rata Kepuasan Konsumen

	<i>Shopee</i>	<i>Tokopedia</i>	<i>Lazada</i>	<i>Tiktok Shop</i>
Ragan pilihan metode pembayaran	4.38	4.23	4.26	4.16
Pilihan metode pembayaran COD	4.36	3.91	4.27	4.19
Ketersediaan toko resmi yang beragam	4.31	4.10	4.06	3.91
Pilihan barang dengan harga termurah	4.31	3.92	4.18	4.12
Ragam pilihan layanan pengiriman	4.20	4.10	4.10	4.02
Kecepatan pengiriman	4.17	4.00	4.12	4.00
Estimasi waktu pengiriman	4.14	4.01	4.10	4.01
Layanan paylater	3.96	3.78	3.87	3.59
Kompensasi keterlambatan pengiriman	3.94	3.64	3.78	3.77
Proses pengembalian barang	3.92	3.89	3.90	3.79
Batas waktu pengajuan pengembalian barang	3.87	3.83	3.87	3.84

Sumber : Hasil Riset IPSOS, 20 Juni 2024



Data menunjukkan bahwa *Shopee* unggul dalam semua aspek yang dicari konsumen saat berbelanja online, jauh lebih baik dibandingkan *platform* lain. (Hairuddin Ali, 20 juni, 2024)

Tabel 1.2
Platform Media Sosial Terkemuka Pada Januari 2024

No	Platform	Persentase Pengguna (%)
1	Facebook	86%
2	Instagram	79%
3	LinkedIn	65%
4	YouTube	51%
5	X/Twitter	31%
6	TikTok	28%
7	Threads	9%

Sumber : Departemen Riset Statista

Pada tahun 2024, survei yang dilakukan oleh Departemen Riset Statista menunjukkan bahwa sekitar 86% pemasar di seluruh dunia menggunakan *Facebook* untuk pemasaran. *Instagram* 79%, *linkedIn* 65%, *youtube* 51%, *twitter* 31%, *tiktok* 28% dan *threads* 9% responden.

Dalam segmen pemasaran media sosial, 59% pemasar berencana meningkatkan penggunaan organik *Youtube* untuk pemasaran sepanjang tahun itu, diikuti oleh *LinkedIn* dan *Instagram* yang juga menarik perhatian pemasar. Tujuan utama mereka adalah meningkatkan eksposur dan lalu lintas merek. Tingkat adopsi *platform* media sosial berbeda antara pemasar bisnis ke konsumen (B2C) dan bisnis ke bisnis (B2B). Pemasar B2C lebih memilih *Facebook* dan *Instagram* karena popularitasnya, sementara pemasar B2B lebih fokus pada *LinkedIn* untuk menghubungkan orang dan perusahaan dalam konteks korporat. (Departemen Riset Statista , 28 Maret 2025)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
 3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Dibalik berkembangnya kewirausahaan pada saat ini, Indonesia juga menghadapi kasus penipuan melalui transaksi *E-commerce* dengan jumlah kerugian mencapai 764 Juta Rupiah. Kasus ini melibatkan seorang mahasiswi Universitas Pendidikan Indonesia, yang diduga melakukan tindakan melawan hukum dengan merugikan 53 korban melalui *WhatsApp* dengan menawarkan sejumlah keuntungan kepada mereka dengan cara mencairkan saldo limit *paylater* menjadi uang tunai, dengan membeli sejumlah barang fiktif melalui toko online *E-commerce*, seperti *Shopee* atau *platform E-commerce* lainnya. Akibat dari tindakan tersebut, kerugian yang dialami oleh 53 korban terinci dengan jumlah tagihan pokok mencapai 560 juta rupiah dan total denda sampai dengan saat ini mencapai 204 juta Rupiah. Dengan demikian, kerugian keseluruhan yang ditimbulkan mencapai angka yang sangat besar, yaitu 764 Juta Rupiah (Vieta, 18 juni 2023).

Peningkatan perkembangan kewirausahaan dan kasus yang melibatkan mahasiswa dapat dijelaskan melalui *Theory Of Planned Behavior* (TPB). Menurut TPB, perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama sikap terhadap perilaku, norma subjek dan kontrol perilaku yang dirasakan (Ajzen, 1999). Peningkatan kewirausahaan memiliki sikap positif terhadap minat berwirausaha di Indonesia. Akibat pesatnya kemajuan kewirausahaan juga tidak bisa menghindari kasus-kasus yang ada. Kasus penipuan yang melibatkan mahasiswa mempengaruhi sikap para konsumen terutama dalam hal keamanan dan kepercayaan mengenai bisnis online. Pengalaman ini dapat menyebabkan korban kehilangan kepercayaan terhadap *platform E-commerce* dan layanan keuangan, mereka mungkin menjadi lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi keuangan karena para korban telah



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Universitas Islam Indragiri
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

mengalami kerugian finansial yang besar, terutama jika mereka tidak memiliki kemampuan untuk membayar tagihan tersebut. Banyak korban mungkin terpaksa berhutang dan mengorbankan kebutuhan dasar mereka untuk memenuhi kewajiban pembayaran.

E-commerce merupakan suatu proses terjadi jual beli secara online yang meliputi pemasaran, pembelian serta transaksi pembayaran yang dapat dilakukan secara online melalui media elektronik (Handayani et al., 2023). Dengan semakin berkembangnya teknologi *E-commerce* akan semakin mudah dan canggih dimasa depan juga dapat memberikan peluang bisnis untuk berwirausaha dalam melakukan penjualan lebih luas, dengan modal yang relatif kecil serta tidak harus mempunyai toko fisik tetapi bisa menyediakan produk yang diminati pelanggan, hal tersebut membantu para mahasiswa untuk memulai berwirausaha dengan mudah dan memberikan kemudahan akses pasar dan berbagai fasilitas pendukung bagi para pelaku usaha.

Social media adalah sekelompok aplikasi berbasis internet online yang penggunanya dapat berpartisipasi, berbagi dan dapat menciptakan berbagai blog, jejaring sosial seperti *facebook*, *Instagram*, *WhatsApp* dan lainnya. Sosial media merupakan situs atau layanan daring yang memungkinkan masyarakat dapat berinteraksi dalam berbagai bentuk konten seperti teks, gambar, video yang dapat digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat (Susilawaty, 2022). Fungsi dari sosial media awalnya adalah untuk menghubungkan berbagai lapisan masyarakat, namun seiring berjalannya waktu, fungsi dari media sosial menjadi tempat untuk untuk berbisnis bagi para pelaku usaha. Selain sebagai sarana promosi, media sosial juga dimanfaatkan untuk membangun merek (*branding*), menjangkau



konsumen yang lebih luas, serta meningkatkan interaksi langsung antara pelaku usaha dan pelanggan.

Pengetahuan kewirausahaan merupakan persepsi individu terhadap pentingnya wawasan yang dimiliki sebelum memulai suatu usaha (Agung Krisna Lestari, 2022). Mata kuliah kewirausahaan memiliki peran penting dari ilmu ekonomi yang berupa teori dan praktek kewirausahaan. Teori-teori kewirausahaan yang diberikan bisa dijadikan untuk pembekalan mahasiswa sebelum melakukan praktek kerja kewirausahaan dilapangan, dimana mahasiswa dituntut untuk mendirikan atau menjalankan usaha agar mendapatkan keuntungan. Dengan demikian, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman langsung dan memahami bagaimana teori kewirausahaan dapat diterapkan dalam praktek nyata.

Minat berwirausaha merupakan dorongan internal untuk menunjukkan hasil nyata di bidang minat pribadi, yang pada gilirannya menumbuhkan kepercayaan diri untuk menunjukkan potensi dan kemampuan seseorang dalam bidang yang diminati (Dewi & Subroto, 2020), Minat berwirausaha muncul karena adanya pengetahuan informasi mengenai kewirausahaan yang kemudian dilanjutkan untuk berpartisipasi secara langsung dalam rangka mencari pengalaman dan akhirnya timbul rasa tertarik untuk menjalankan bisnis atau usaha sendiri. Menumbuhkan minat berwirausaha pada diri mahasiswa dapat mendorong mereka untuk menjadi wirausahawan yang mampu menghasilkan lapangan pekerjaan baru yang mampu menyerap tenaga kerja, dengan begitu tingkat pengangguran dapat berkurang. Selain itu, mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha cenderung lebih mandiri secara finansial dan mampu menghadapi tantangan dunia kerja dengan lebih kreatif dan inovatif.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
 3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri**

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri salah satu jurusannya yaitu program studi akuntansi diharapkan dan disiapkan agarmampu untuk menjadi seorang wirausaha. Program studi tersebut disediakan juga mata kuliah kewirausahaan, ini menunjukkan bahwa mahasiswa akuntansi diberikan dorongan melalui mata kuliah yang telah disediakan. Kegiatan kewirausahaan sangat ditentukan oleh minat individu itu sendiri. Kita tidak akan menjadi pengusaha tiba-tiba tanpa pemicu tertentu. Namun meskipun telah selesai menyelesaikan pendidikan dibangku kuliah, masih yang tidak ingin menjadi seorang wirausaha karena masih banyak mahasiswa yang beranggapan bahwa kuliah hanya untuk menjadi karyawan, bukan wirausahawan karena kurangnya kepercayaan diri untuk memulai usaha, mengorganisasikan pekerjaan, menghadapi tantangan, kurangnya fasilitas dan kemampuan untuk mengelola waktu. padahal setiap tahunnya mahasiswa yang tamat itu semakin bertambah dan itu juga berpengaruh terhadap makin bertambahnya angka pengangguran belum lagi ditambah dengan orang-orang yang memang sudah menganggur dari tahun sebelum-sebelumnya.

Penelitian (Winny Marlina, 2024), dengan judul *Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan E-commerce dengan Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Andalas Payakumbuh* bahwasanya *e commerce* disimpulkan terdapat dampak positif dan signifikan dari variabel *E-commerce* terhadap minat berwirausaha. Pendapat ini diperkuat oleh uji signifikan parsial (uji t), dimana nilai signifikan yang ditemukan adalah $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis H_a dapat diterima. Namun Penelitian (Agustin., 2023), dengan judul *Pengaruh E-commerce dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Kota*



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

Palembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel dari *E-commerce* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Palembang.

Penelitian (W. Lestari et al., 2024) dengan judul *Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha* dapat disimpulkan bahwa dapat diketahui pengaruh sosial media terhadap minat berwirausaha berpengaruh positif. Dilihat melalui uji F dimana nilai $\text{sig } 0.00 < 0.05$ maka H_a diterima memiliki hubungan positif. Temuan ini sekaligus membuktikan olahan deskriptif variabel minat berwirausaha (Y). Namun penelitian (Prasetio, 2020) dengan judul *Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Motivasi Intrinsik, Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa* Berdasarkan hasil analisis pada variabel penggunaan media sosial secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha. Dengan demikian variabel penggunaan media sosial (X1) tidak berpengaruh secara signifikan dan memiliki hubungan korelasi yang positif terhadap minat berwirausaha (Y).

Penelitian (Ni Putu Evi Lila Sari Giri dan Nyoman Sujana, 2023) dengan judul *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha* Adanya landasan pada perolehan pada pembahasan, maka simpulan yang disajikan ialah dalam hal ini sebagai berikut: (1) Tampak hasil memperlihatkan bahwa Pengetahuan Kewirausahaan (X1) memperlihatkan dampak pengaruh yang arah hasilnya positif dan hasilnya signifikan pada Minat Berwirausaha (Y). Namun penelitian Anoki Herdian Dito, dkk (2025) dengan judul *Pengaruh*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Pengetahuan Kewirausahaan, Efikasi Diri, Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Nasional Karangturi Semarang

berdasarkan hasil disimpulkan pengetahuan kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Berarti bahwa meskipun mahasiswa memiliki pengetahuan tentang kewirausahaan, tapi tidak secara langsung meningkatkan keinginan atau ketertarikan mereka untuk memulai usaha.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang ada diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian **PENGARUH E-COMMERCE, SOCIAL MEDIA DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA AKUNTANSI UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI.**

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *E-commerce* Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indragiri?
2. Apakah *Social Media* Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indragiri?
3. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indragiri?
4. Apakah *E-commerce, Social Media* dan Pengetahuan Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indragiri?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menguji Pengaruh *E-commerce* Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indragiri.
2. Untuk mengetahui dan menguji Pengaruh *Social Media* Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indragiri.
3. Untuk mengetahui dan menguji Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indragiri.
4. Untuk mengetahui dan menguji Pengaruh Pemahaman *E-commerce*, *Social Media* Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indragiri.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah:

1.3.2.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis sebagai berikut :

a. *E-commerce*

E-commerce adalah metode serta sistem yang dapat dimanfaatkan untuk bertransaksi baik penjualan maupun pembelian dengan memakai alat elektronik, khususnya internet dan juga telepon.

b. *Social Media*

Media sosial adalah sebuah media online, dimana para penggunanya bisa dengan mudah memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

c. Pengetahuan Kewirausahaan

Pengetahuan Wirausaha adalah intelektual yang diperoleh dan dimiliki seorang individu melalui pendidikan kewirausahaan yang nantinya bisa membantu seorang individu melakukan inovasi dan terjun dalam bidang wirausaha.

d. Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha adalah hasrat dan kecenderungan seorang individu untuk melaksanakan aksi inovatif dan kreatif dalam mengeksplorasi sumberdaya berupa modal, bahan baku atau mentah, serta tenaga kerja guna menciptakan produk baru dengan tujuan untuk menyejahterakan individu dan masyarakat.

1.3.2.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat dari penelitian ini terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu sebagai berikut :

a. Bagi Peneliti

Penulis dapat menyerap ilmu penelitian, membandingkan teori, menambah pengalaman, serta mengembangkan pola pikir kreatif dan meningkatkan keterampilan dan kreativitas mengenai *E-commerce*, *social media* dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

b. Bagi akademis

Sebagai tambahan pengetahuan dan dapat mengetahui serta mempelajari masalah-masalah yang terkait *E-commerce*, *social media* dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha Bagi akademis.

c. Bagi pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan bahan tambahan pengetahuan bagi pembaca dan menyediakan informasi terkait dengan *E-commerce*, *social*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

media dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha khususnya mahasiswa Universitas Islam Indragiri.

d. Bagi penelitian selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk menambah wawasan, pengetahuan, serta kontribusi pemikiran, terutama terkait variabel yang relevan dalam *E-commerce*, *social media* dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha khususnya mahasiswa Universitas Islam Indragiri.

1.4 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini mengemukakan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan telaah teoritis untuk dapat melakukan pembahasan secara lebih lanjut dimana teori yang ada dihubungkan dengan hasil penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesa penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang rancangan penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel yang digunakan, prosedur pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini juga menjelaskan pendekatan yang digunakan untuk menguji hipotesis,



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

serta alat bantu statistik yang digunakan untuk mengelola dan menganalisis data guna memperoleh hasil penelitian yang valid dan reliabel.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan bab pembahasan yang menguraikan gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.