



## Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Generasi Z

Oliviana<sup>1\*</sup>, Yety Sumayyah<sup>2</sup>, Al Iqrom Septari<sup>3</sup>, Yulia Novita<sup>4</sup>

Pendidikan Ekonomi, Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Panam, Jl. HR. Soebrantas, KM. 15, No. 155, Tuah Madani, Pekanbaru, Riau, 28298.

Email: [olivianapku2@gmail.com](mailto:olivianapku2@gmail.com), [yetysumayyah@gmail.com](mailto:yetysumayyah@gmail.com), [al.iqrom.septari@uin-suska.ac.id](mailto:al.iqrom.septari@uin-suska.ac.id), [ynovita\\_68@yahoo.com](mailto:ynovita_68@yahoo.com)

\*Penulis Korespondensi: [olivianapku2@gmail.com](mailto:olivianapku2@gmail.com)

**Abstract.** *The development of digital technology has changed the learning patterns, consumption behavior, and career orientation of Generation Z, including in the context of entrepreneurship. Social media now functions not only as a means of communication, but also as an instrument for learning, business branding, digital marketing, and the formation of a business identity. On the other hand, the use of accounting technology such as Accounting Information Systems (AIS) is increasingly crucial to support transaction recording, financial management, and business decision-making. This study uses a systematic literature review approach based on empirical articles from 2019–2025 to analyze the influence of social media and AIS utilization on the entrepreneurial interest of Generation Z students. The synthesis results show that social media has a positive effect by providing access to business information, inspiration, and ease of marketing. Meanwhile, AIS strengthens students' confidence in running a business through accurate financial recording, cash flow management, and financial reports that support strategic decisions. These two variables have been shown to influence entrepreneurial interest more optimally when supported by digital literacy, entrepreneurial knowledge, and self-efficacy. This study emphasizes the importance of integrating digital technology-based entrepreneurship education and accounting to prepare competent young entrepreneurs.*

**Keywords:** *social media, accounting information systems, entrepreneurial interest, generation Z, digital entrepreneurship.*

**Abstrak.** Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola belajar, perilaku konsumsi, serta orientasi karier generasi Z, termasuk dalam konteks kewirausahaan. Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi instrumen pembelajaran, branding bisnis, pemasaran digital, hingga pembentukan identitas usaha. Di sisi lain, pemanfaatan teknologi akuntansi seperti Sistem Informasi Akuntansi (SIA) semakin krusial untuk menunjang pencatatan transaksi, pengelolaan keuangan, dan pengambilan keputusan bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan *systematic literature review* berdasarkan artikel empiris tahun 2019–2025 untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan media sosial dan SIA terhadap minat berwirausaha mahasiswa generasi Z. Hasil sintesis menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif melalui penyediaan akses informasi bisnis, inspirasi, serta kemudahan pemasaran. Sementara SIA memperkuat confidence mahasiswa dalam menjalankan usaha melalui pencatatan keuangan yang akurat, manajemen cash flow, dan laporan keuangan yang mendukung keputusan strategis. Kedua variabel ini terbukti memengaruhi minat berwirausaha secara lebih optimal ketika didukung literasi digital, pengetahuan kewirausahaan, dan self-efficacy. Studi ini menegaskan pentingnya integrasi pendidikan kewirausahaan berbasis teknologi digital dan akuntansi untuk mempersiapkan wirausahawan muda yang kompeten.

**Kata kunci:** media sosial, sistem informasi akuntansi, minat berwirausaha, generasi Z, kewirausahaan digital.

### 1. LATAR BELAKANG

Transformasi digital telah memberikan dampak luas terhadap gaya hidup, pola komunikasi, dan model pembelajaran generasi Z. Media sosial telah beralih fungsi dari sekadar platform interaksi menjadi ruang belajar, sumber inspirasi, dan wadah

pemasaran bagi mahasiswa yang ingin menekuni dunia wirausaha (Rizqiya & Komaryatin, 2025). Platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook kini menyediakan beragam konten edukatif yang mudah diakses, mulai dari tutorial bisnis, studi kasus kewirausahaan, testimoni pelaku usaha, hingga strategi pemasaran kreatif yang tidak membutuhkan modal besar (Pasaribu & Lubis, 2024). Karakteristik media sosial yang visual dan interaktif menjadikannya sangat cocok dengan gaya belajar generasi Z yang cenderung cepat, praktis, dan responsif terhadap konten multimedia.

Namun, perkembangan *digital entrepreneurship* tidak hanya menuntut kemampuan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi, tetapi juga menuntut penguasaan aspek manajerial yang lebih kompleks, khususnya dalam pengelolaan keuangan. Pada titik inilah Sistem Informasi Akuntansi (SIA) menjadi komponen penting dalam proses pembelajaran kewirausahaan modern (Aulia & Trisnaningsih, 2025). SIA berfungsi membantu mahasiswa dalam melakukan pencatatan transaksi secara sistematis, memonitor persediaan, mengendalikan arus kas, hingga menyajikan laporan keuangan yang akurat untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis. Hal ini sejalan dengan temuan dalam dokumen bahwa salah satu tantangan utama mahasiswa adalah rendahnya literasi keuangan dan terbatasnya kesiapan kompetensi bisnis, sehingga integrasi SIA menjadi kebutuhan mendesak untuk membangun fondasi kewirausahaan yang lebih kokoh (Saputri & Qotrunnada, 2025).

Indonesia saat ini berada pada fase penting dalam menumbuhkan jumlah wirausaha muda guna memperkuat daya saing ekonomi nasional. Untuk itu, kajian komprehensif mengenai sinergi antara pemanfaatan media sosial dan kemampuan mengelola Sistem Informasi Akuntansi menjadi sangat relevan. Analisis integratif kedua aspek ini tidak hanya memberikan pemahaman mengenai bagaimana mahasiswa memanfaatkan teknologi digital untuk memulai usaha, tetapi juga bagaimana mereka mengelola dan mempertahankan keberlanjutan bisnis melalui pengelolaan keuangan yang tepat (Aulia & Trisnaningsih, 2025). Dengan demikian, penelitian mengenai peran media sosial dan SIA dalam membentuk minat berwirausaha generasi Z menjadi penting untuk dikaji secara sistematis agar dapat memberikan rekomendasi yang lebih kuat bagi institusi pendidikan, pembuat kebijakan, serta mahasiswa sebagai calon wirausahawan masa depan (Rizqiya & Komaryatin, 2025).

## 2. KAJIAN TEORITIS

### 2.1 Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior – TPB*)

Teori Perilaku Terencana yang dikembangkan oleh Ajzen menjelaskan bahwa niat berperilaku (*behavioral intention*) dipengaruhi oleh tiga faktor utama:

1. Sikap terhadap perilaku (*attitude*)
2. Norma subjektif (*subjective norm*)
3. Perceived behavioral control (*PBC*)

Pada penelitian ini, media sosial berkontribusi pada pembentukan sikap positif terhadap kewirausahaan melalui paparan konten inspiratif, testimoni keberhasilan, dan peluang pemasaran digital. Selain itu, kemudahan berbisnis melalui TikTok Shop, Instagram Business, dan live selling meningkatkan *perceived behavioral control*, yakni keyakinan mahasiswa bahwa mereka mampu menjalankan usaha.

### 2.2 Teori Pembelajaran Sosial (*Social Learning Theory*)

Menurut Bandura, individu belajar melalui observasi terhadap perilaku orang lain. Generasi Z banyak belajar dari content creator, pelaku UMKM muda, maupun influencer bisnis di media sosial. Proses pengamatan ini menciptakan motivasi, imitasi perilaku, serta peningkatan self-efficacy.

Konten edukatif di TikTok, YouTube, dan Instagram memberikan *modeling* yang kuat bagi mahasiswa, sehingga membentuk persepsi bahwa kewirausahaan dapat dilakukan dengan modal kecil dan strategi kreatif. Hal ini selaras dengan temuan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang edukasi nonformal yang memperkaya wawasan bisnis mahasiswa.

### 2.3 Sistem Informasi Akuntansi (SIA) dan Pengelolaan Usaha

SIA adalah sistem berbasis teknologi yang digunakan untuk mengumpulkan, mencatat, mengolah, dan menyajikan informasi keuangan. Dalam konteks kewirausahaan digital, SIA mendukung mahasiswa dalam:

- a. pencatatan transaksi penjualan online,
- b. pengendalian persediaan,
- c. penyusunan laporan keuangan,
- d. pemantauan arus kas (*cash flow*),
- e. pengambilan keputusan strategis.

Kemampuan pengelolaan keuangan melalui SIA meningkatkan *perceived behavioral control* dan *self-efficacy* mahasiswa, sehingga memperkuat minat berwirausaha. Integrasi ini penting karena dokumen utama menunjukkan bahwa salah satu kelemahan mahasiswa adalah literasi keuangan dan rendahnya kesiapan kompetensi bisnis .

## 2.4 Minat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

Minat berwirausaha merupakan kecenderungan psikologis seseorang untuk mengambil keputusan dalam memulai suatu usaha, yang tercermin melalui keinginan, perencanaan, keyakinan, serta kesiapan untuk mengambil langkah awal. Menurut Theory of Planned Behavior (Ajzen), minat berwirausaha terbentuk oleh tiga aspek, yaitu *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*. Sementara itu, dalam konteks kewirausahaan modern, faktor-faktor lain seperti motivasi intrinsik, pengalaman belajar, dan literasi digital juga berperan penting. Secara teoretis, minat berwirausaha seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut:

- a. Motivasi internal, merupakan dorongan dari dalam diri untuk mencapai kemandirian, meraih prestasi, dan menciptakan nilai ekonomi. Individu dengan motivasi kuat cenderung lebih siap menghadapi ketidakpastian dalam berwirausaha.
- b. Pengetahuan kewirausahaan. Pengetahuan tentang konsep usaha, pemasaran, keuangan, serta manajemen risiko membantu individu membentuk sikap positif terhadap kewirausahaan dan meningkatkan kemampuan mengambil keputusan.
- c. Lingkungan sosial. Dukungan keluarga, teman sebaya, komunitas, dan role model bisnis dapat memperkuat norma subjektif sehingga seseorang terdorong untuk menekuni kewirausahaan.
- d. Self-efficacy. Keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya untuk memulai dan mengelola bisnis adalah faktor yang sangat berpengaruh dalam membentuk minat berwirausaha. Semakin tinggi self-efficacy, semakin kuat intensinya.
- e. Literasi digital. Dalam era digital, kemampuan menggunakan teknologi, memahami platform daring, dan memanfaatkan data menjadi elemen penting yang memudahkan individu menjalankan usaha.

Dalam konteks era digital, media sosial berperan dalam membentuk minat berwirausaha melalui tiga aspek utama:

- a. pemberian akses informasi terkait peluang usaha,
- b. penyediaan inspirasi dari figur-figur wirausaha,
- c. serta kemudahan memasarkan produk secara luas dengan biaya rendah.

Sementara itu, Sistem Informasi Akuntansi (SIA) mendukung pembentukan minat berwirausaha melalui peningkatan kesiapan manajerial, terutama terkait pencatatan transaksi, pengelolaan keuangan, pengendalian persediaan, dan penyusunan laporan keuangan. Kemampuan mengelola aspek keuangan membuat individu merasa lebih percaya diri dan mengurangi persepsi risiko, sehingga memperkuat minat untuk memulai usaha.

Berdasarkan teori-teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha terbentuk dari kombinasi faktor internal (motivasi, pengetahuan, self-efficacy) dan faktor eksternal (lingkungan, teknologi digital). Media sosial dan SIA berperan sebagai faktor pendukung yang meningkatkan kesiapan, keyakinan diri, dan kemudahan operasional sehingga memperkuat kecenderungan seseorang untuk berwirausaha.

## **2.5 Kajian Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian relevan telah mengkaji hubungan antara media sosial, literasi digital, serta minat berwirausaha mahasiswa generasi Z:

- a. Giri & Sujana (2024) menemukan bahwa media sosial meningkatkan pengetahuan kewirausahaan karena konten yang atraktif dan mudah dipahami.
- b. Syah et al. (2024) menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha hingga 49,1%.
- c. Hutasoit et al. (2025) menyatakan bahwa pengaruh media sosial tidak signifikan apabila mahasiswa tidak memiliki kesiapan kompetensi, terutama aspek pengelolaan keuangan.
- d. Dalimunthe & Nawawi (2024) menegaskan bahwa self-efficacy memoderasi secara kuat pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha.

Selain itu, penelitian tentang SIA menunjukkan bahwa penggunaan teknologi akuntansi oleh pelaku UMKM meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan

efektivitas pengelolaan usaha yang secara tidak langsung memperkuat motivasi untuk memulai usaha.

Temuan-temuan tersebut mendukung argumentasi bahwa media sosial berperan sebagai katalis pembentuk minat berwirausaha, sedangkan SIA berperan sebagai sistem penguatan untuk memastikan kesiapan mahasiswa dalam mengelola usaha secara profesional.

## **2.6 Kerangka Konseptual (terimplisit)**

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, hubungan antarvariabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pemanfaatan media sosial, meningkatkan pengetahuan bisnis, inspirasi, dan keyakinan diri mahasiswa.
- b. Penggunaan SIA, meningkatkan kemampuan manajerial dan pengendalian keuangan.
- c. Kedua variabel, secara sinergis memperkuat minat berwirausaha mahasiswa generasi Z.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa pemanfaatan media sosial dan penggunaan SIA berperan sebagai faktor pendukung yang saling melengkapi dalam memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa generasi Z, baik melalui peningkatan self-efficacy, literasi digital, maupun kesiapan manajerial.

## **3. METODE PENELITIAN**

### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR), yaitu suatu pendekatan yang bertujuan mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis hasil penelitian terdahulu secara sistematis dan terstruktur. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai hubungan antara pemanfaatan media sosial, penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA), dan minat berwirausaha mahasiswa generasi Z.

Rancangan SLR dalam penelitian ini mengacu pada prosedur umum dari Kitchenham (2004), yaitu: merumuskan pertanyaan penelitian, menyusun strategi pencarian, melakukan seleksi studi berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, mengekstraksi data dan melakukan sintesis temuan.

### 3.2 Sumber Data dan Populasi Penelitian

Populasi penelitian dalam SLR bukan berupa individu, tetapi berupa artikel ilmiah yang membahas variabel terkait. Sumber data penelitian berasal dari jurnal nasional terakreditasi SINTA serta beberapa artikel pendukung dari repositori ilmiah lain untuk memperkuat perspektif mengenai Sistem Informasi Akuntansi.

Artikel yang dianalisis merupakan publikasi tahun 2019–2025 dengan fokus pada: pemanfaatan media sosial, minat berwirausaha, mahasiswa generasi Z, kewirausahaan digital, dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi/akuntansi digital.

Dari hasil pencarian dan seleksi, diperoleh 12 artikel utama yang memenuhi kriteria variabel inti serta beberapa artikel tambahan terkait SIA untuk memperkuat kerangka teoretis.

### 3.3 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui prosedur penelusuran literatur pada database jurnal nasional terakreditasi SINTA. Kata kunci yang digunakan antara lain: *media sosial*, *minat berwirausaha*, *generasi Z*, *kewirausahaan mahasiswa*, *Sistem Informasi Akuntansi*, *digital entrepreneurship*.

Instrumen pengumpulan data berupa lembar ekstraksi data, yang berisi komponen: identitas artikel, tujuan penelitian, metode dan sampel, variabel dan instrumen, hasil penelitian, koefisien pengaruh (jika tersedia), faktor moderator/mediator, kontribusi dan keterbatasan penelitian.

Instrumen ini digunakan untuk memastikan bahwa proses ekstraksi data berjalan sistematis dan terstruktur.

### 3.4 Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria inklusi:

- a. Artikel memuat variabel media sosial, minat berwirausaha, atau SIA.
- b. Objek penelitian adalah mahasiswa generasi Z.
- c. Artikel dipublikasikan antara tahun 2019–2025.
- d. Artikel menggunakan metode kuantitatif, kualitatif, atau campuran yang valid.
- e. Artikel tersedia dalam teks lengkap.

Kriteria eksklusi:

- a. Artikel tidak memuat variabel relevan.
- b. Artikel berupa opini, editorial, atau non-ilmiah.
- c. Artikel tidak memiliki kejelasan metodologis.

### **3.5 Prosedur Analisis Data**

Proses analisis dilakukan melalui empat tahap utama sebagai berikut:

- a. Identifikasi Dokumen. Penelusuran dilakukan pada database SINTA 2 - SINTA 4 menggunakan kata kunci yang telah ditetapkan. Tahap ini menghasilkan kumpulan artikel awal untuk proses seleksi.
- b. Seleksi Artikel. Seleksi dilakukan berdasarkan kesesuaian variabel, kualitas penelitian, objek penelitian (mahasiswa generasi Z), serta relevansi dengan topik media sosial dan/atau SIA. Hanya artikel yang memenuhi kriteria inklusi yang dianalisis lebih lanjut.
- c. Ekstraksi Data. Data penting dari setiap artikel ditarik menggunakan lembar ekstraksi, termasuk variabel, jenis media sosial, temuan inti, koefisien pengaruh, serta faktor pendukung atau penghambat.
- d. Sintesis Temuan. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan narrative synthesis, yaitu menggabungkan temuan penelitian berdasarkan kesamaan pola, perbedaan hasil, serta kekuatan hubungan antarvariabel. Metode ini banyak digunakan dalam SLR karena efektif dalam mengintegrasikan hasil dari berbagai model penelitian.

### **3.6 Model Penelitian**

Model penelitian ini menggambarkan hubungan konseptual antara variabel-variabel utama sebagai berikut:

- a. Pemanfaatan Media Sosial, meningkatkan pengetahuan bisnis, sumber inspirasi, dan persepsi kemudahan berwirausaha.
- b. Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA), meningkatkan kemampuan manajerial, literasi keuangan, dan kepercayaan diri dalam mengelola usaha.



- c. Minat Berwirausaha Mahasiswa Generasi Z, dipengaruhi oleh kedua variabel melalui peningkatan *attitude*, *subjective norms*, *perceived behavioral control*, dan *self-efficacy*.

Dalam model ini, variabel media sosial dan SIA berfungsi sebagai variabel independen, sedangkan minat berwirausaha berfungsi sebagai variabel dependen. Seluruh simbol atau variabel dijelaskan secara deskriptif tanpa menampilkan rumusan matematis.

### 3.7 Validitas dan Reliabilitas (Ringkasan)

Karena penelitian ini merupakan SLR, validitas instrumen tidak diuji secara langsung. Validitas dan reliabilitas penelitian dijamin melalui: penggunaan jurnal terakreditasi, penerapan kriteria inklusi eksklusif yang ketat, triangulasi temuan antarartikel, konsistensi metode ekstraksi dan sintesis data.

Validitas konten (*content validity*) terjaga karena artikel yang dianalisis berasal dari penelitian empiris dengan instrumen yang telah melalui pengujian sebelumnya.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Media Sosial sebagai Instrumen Edukasi dan Pemasaran Kewirausahaan

Media sosial telah berkembang menjadi instrumen edukasi dan pemasaran yang sangat efektif bagi mahasiswa generasi Z. Melalui platform seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan Facebook, mahasiswa dapat mengakses berbagai jenis konten yang bersifat edukatif mulai dari tutorial bisnis, strategi digital marketing, studi kasus UMKM, hingga kisah sukses wirausahawan muda. Paparan konten yang bersifat visual, ringkas, dan mudah dipahami ini sangat sesuai dengan karakteristik generasi Z yang memiliki preferensi belajar cepat, praktis, dan berbasis teknologi.

Konten bisnis yang beredar di media sosial berfungsi sebagai sumber pengetahuan sekaligus inspirasi. Video singkat mengenai cara memulai bisnis, teknik branding, maupun strategi pengembangan produk memudahkan mahasiswa memahami proses kewirausahaan secara real time. Selain itu, media sosial menyediakan role model yang dapat diamati dan ditiru (*modeling*), sehingga menumbuhkan motivasi serta kepercayaan diri untuk mencoba berwirausaha.

Dari sisi pemasaran, fitur seperti TikTok Shop, Instagram Business, Marketplace, Reels, dan *live selling* memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam mempromosikan produk secara cepat, luas, dan tanpa biaya besar. Ketersediaan fitur tersebut meningkatkan *perceived behavioral control*, yakni persepsi bahwa menjalankan bisnis menjadi lebih mudah dan mungkin dilakukan. Kemudahan mengakses pasar, memantau interaksi konsumen, serta mengukur performa konten membuat mahasiswa merasa memiliki kendali lebih besar dalam mengelola usaha.

Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi tetapi telah menjadi lingkungan belajar kewirausahaan yang memperkuat aspek kognitif, afektif, dan perilaku mahasiswa, sehingga berpotensi meningkatkan minat mereka untuk terjun ke dunia usaha.

#### **4.2 Sistem Informasi Akuntansi (SIA) dalam Mendukung Kewirausahaan Digital**

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) merupakan komponen penting dalam kewirausahaan digital modern. SIA membantu mahasiswa mengelola proses bisnis secara lebih terstruktur dan profesional, terutama aspek yang berkaitan dengan manajemen keuangan.

1. Pencatatan Transaksi Otomatis. SIA memungkinkan mahasiswa untuk mencatat seluruh transaksi penjualan secara otomatis dan terintegrasi. Hal ini meminimalkan risiko kesalahan pencatatan, mempercepat proses administrasi, dan memastikan bahwa seluruh transaksi terdokumentasi dengan baik. Akurasi pencatatan sangat penting untuk memantau perkembangan usaha dan menghindari kesalahan pengambilan keputusan.
2. Pengelolaan Persediaan. Bagi mahasiswa yang menjalankan usaha berbasis produk, SIA membantu menyediakan informasi terkait stok secara real time. Dengan demikian, mahasiswa dapat menghindari kehabisan barang, melakukan perencanaan pembelian yang lebih baik, dan mengelola rantai pasok secara efisien.
3. Pengendalian Cash Flow. Pengelolaan arus kas merupakan tantangan utama bagi pelaku usaha pemula, khususnya mahasiswa yang sering mencampurkan keuangan pribadi dengan bisnis. Melalui SIA, pemisahan keuangan dilakukan

dengan jelas, dan mahasiswa dapat memonitor pemasukan dan pengeluaran setiap hari. Hal ini penting untuk memastikan bisnis tetap berjalan dalam kondisi keuangan yang sehat.

4. Penyusunan Laporan Keuangan. SIA menghasilkan laporan keuangan seperti laporan laba rugi, neraca, dan laporan perubahan modal secara otomatis. Informasi ini membantu mahasiswa dalam menganalisis profitabilitas usaha, menentukan strategi pemasaran, dan mengevaluasi kinerja bisnis. Laporan keuangan yang baik meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengambil keputusan berbasis data.

Dengan demikian, penggunaan SIA memperkuat self-efficacy, literasi digital, serta kemampuan manajerial mahasiswa. Ketiga faktor tersebut telah terbukti sebagai penentu utama dalam pembentukan minat berwirausaha.

#### **4.3 Keterkaitan Media Sosial dan SIA dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha**

Pengaruh media sosial dan SIA terhadap minat berwirausaha bersifat saling melengkapi. Media sosial berperan pada aspek kognitif dan afektif, memberikan inspirasi, motivasi, dan akses informasi. Sementara SIA berperan pada aspek manajerial dan struktural, memastikan bahwa mahasiswa memiliki kemampuan teknis untuk menjalankan usaha secara sistematis.

Ketika kedua teknologi ini digunakan secara bersamaan, mahasiswa memperoleh manfaat ganda:

- a. Media sosial, meningkatkan motivasi, pengetahuan peluang usaha, dan rasa percaya diri untuk memulai bisnis.
- b. SIA, memberikan kemampuan praktis untuk mengelola bisnis secara profesional.

Kombinasi keduanya memperkuat persepsi bahwa berwirausaha adalah aktivitas yang tidak hanya menarik, tetapi juga dapat dilakukan dengan langkah-langkah yang terukur dan dapat dikelola. Hal ini menciptakan *behavioural intention* yang lebih kuat untuk terjun ke dunia usaha. Dengan kata lain, SIA menjadi faktor penguat (amplifier) yang memperkuat hubungan antara pemanfaatan media sosial dan minat berwirausaha mahasiswa generasi Z.

#### **4.4 Faktor Penguat dan Penghambat**

##### **4.4.1. Faktor Penguat.**

Beberapa faktor yang memperkuat hubungan antara media sosial, SIA, dan minat berwirausaha meliputi:

- a. Literasi Digital. Kemampuan mahasiswa memahami teknologi digital mempermudah mereka menavigasi media sosial dan menggunakan SIA secara optimal.
- b. Pengetahuan Kewirausahaan. Pemahaman mengenai konsep bisnis membantu mahasiswa memanfaatkan peluang yang ada di media sosial serta mengolah informasi keuangan melalui SIA.
- c. Self-Efficacy. Kepercayaan diri mahasiswa yang diperkuat oleh penggunaan media sosial sebagai ruang belajar dan SIA sebagai alat manajemen usaha mendorong mereka lebih siap membuka bisnis.
- d. Lingkungan Akademik yang Mendukung. Pelatihan, mata kuliah kewirausahaan, seminar, serta bimbingan dosen menciptakan ekosistem yang kondusif bagi mahasiswa untuk mencoba berwirausaha.

##### **4.4.2. Faktor Penghambat**

Beberapa faktor yang dapat melemahkan pengaruh media sosial dan SIA terhadap minat berwirausaha adalah:

- a. Penggunaan media sosial untuk hiburan semata. Jika mahasiswa menggunakan media sosial hanya untuk hiburan, mereka tidak akan memanfaatkan potensi edukatif dan pemasaran dari platform digital tersebut.
- b. Kurangnya Kemampuan Manajemen Keuangan. Mahasiswa yang tidak memahami dasar-dasar akuntansi atau cash flow cenderung kesulitan mengoperasikan SIA secara efektif.
- c. Tidak Adanya Pelatihan SIA. Mahasiswa mungkin memiliki minat berwirausaha, tetapi tanpa pelatihan penggunaan SIA, mereka akan kesulitan mengelola bisnis secara profesional.

- d. Rendahnya Kemampuan Menyaring Informasi. Media sosial penuh dengan informasi yang beragam. Kemampuan memilih konten yang relevan sangat penting agar mahasiswa tidak terjebak pada tren yang tidak sesuai dengan kapabilitas bisnis mereka.

Secara keseluruhan, media sosial menjadi sumber edukasi dan pemasaran yang sangat potensial, sementara SIA menyediakan fondasi manajerial yang diperlukan untuk menjalankan usaha. Kedua aspek ini, jika dioptimalkan, mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa generasi Z.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) berkontribusi signifikan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa generasi Z. Media sosial berperan sebagai sarana edukasi dan pemasaran yang memperluas wawasan, membentuk sikap positif, serta meningkatkan persepsi kemudahan dalam memulai usaha melalui konten instruksional, testimoni, dan fitur pemasaran digital. Di sisi lain, SIA memperkuat kesiapan manajerial mahasiswa melalui pencatatan transaksi, pengendalian persediaan, pengelolaan arus kas, dan penyusunan laporan keuangan, sehingga meningkatkan self-efficacy, literasi digital, dan kemampuan pengambilan keputusan. Integrasi kedua aspek ini menghasilkan intensi berwirausaha yang lebih kuat.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan sintesis literatur tanpa pengujian empiris, sehingga hubungan antarvariabel tidak dapat diukur secara kuantitatif dan generalisasi terbatas pada konteks mahasiswa generasi Z. Penelitian selanjutnya disarankan menguji model secara empiris serta menambahkan variabel moderator seperti kreativitas digital, pengalaman organisasi, atau dukungan keluarga.

Secara praktis, perguruan tinggi perlu memasukkan pelatihan media sosial dan SIA dalam kurikulum kewirausahaan serta menyediakan workshop, mentoring, dan ekosistem pendukung untuk memperkuat kesiapan dan minat berwirausaha mahasiswa.

## DAFTAR REFERENSI

- Ad'âhiah, I., Rahmat, P. S., & Suryani, Y. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Intensi Berwirausaha dengan Literasi Keuangan sebagai Mediator. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*.
- Aulia, R., & Trisnaningsih, S. (2025). *Pengaruh penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap minat berwirausaha mahasiswa*. Golden Ratio: Jurnal Riset Akuntansi, Manajemen, dan Ekonomi, 3(1).
- Dalimunthe, M. H., & Nawawi, Z. M. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Self-Efficacy terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Giri, E. L. S., & Sujana, I. N. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNDIKSHA. *JJPE*.
- Hutasoit, E. S., et al. (2025). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *JHIP*.
- Pasaribu, M., & Lubis, R. (2024). *Media sosial sebagai sarana edukasi dan pemasaran dalam meningkatkan minat berwirausaha Generasi Z*. Jurnal Minartis, 5(2).
- Rahayu, E. P., & Sulistyowati, S. N. (2024). Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Pekobis*.
- Rizqiya, L., & Komaryatin, D. (2025). *Pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa generasi Z: Studi kuantitatif*. Jurnal Minartis, 6(1).
- Syah, M. H. F., Cahyono, A. E., & Wijaya, S. A. (2024). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan dan Pengelolaan Pendidikan*.
- Saputri, N., & Qotrunnada, L. (2025). *Literasi keuangan dan tantangannya dalam meningkatkan kesiapan kompetensi bisnis mahasiswa*. Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM), 8(1).