

## Pengaruh E-Commerce, Social Media, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Hidayatun Munawaroh<sup>1</sup>, Nanang Agus Suyono<sup>2</sup>, Sri Hartiyah<sup>3</sup>, Desy Wulandari<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSIQ

Email : suyono.na07@gmail.com

### Abstrak

**Tujuan** - Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh e-commerce, social media, penggunaan SIA dan pengetahuan kewirausahaan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa program studi akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo.

**Metode** - Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan metode Purposive Sampling yang berjumlah 130 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data memakai analisis regresi linear berganda (SPSS).

**Hasil** - Penelitian ini menunjukkan hasil dari regresi linear berganda e-commerce terhadap pengambilan keputusan berwirausaha (ditolak). Sedangkan social media, penggunaan SIA dan pengetahuan kewirausahaan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha (diterima). Koefisien R Square sebesar 37,2% yaitu persentase pengaruh e-commerce (X1), social media (X2), penggunaan SIA (X3) dan pengetahuan kewirausahaan (X4) terhadap pengambilan keputusan berwirausaha (Y) pada mahasiswa akuntansi FEB UNSIQ. Sedangkan sisanya sebanyak 62,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hasil pengujian diperoleh nilai F hitung > F tabel = 20,076 > 2,44 artinya model penelitian ini memenuhi kriteria Goodness of Fit.

**Implikasi** - Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pemerintah dalam upaya mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia, dengan menciptakan lebih banyak peluang usaha yang berkelanjutan..

**Orisinalitas** - Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi dalam kajian akademik prodi akuntansi, sehingga dapat mendukung pengembangan keterampilan mahasiswa dan mendorong tumbuhnya minat berwirausaha di kalangan mereka.

**Kata kunci:** E-Commerce, Social Media, Penggunaan SIA, Pengetahuan Kewirausahaan, Pengambilan Keputusan Berwirausaha

### Pendahuluan

Secara etimologi wirausaha berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti: pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Usaha, berarti perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Jadi wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu. Menurut Husaini (2012) wirausaha adalah seseorang yang mempelajari kemampuan dalam menggunakan dan memanfaatkan sumber daya seperti barang mentah, keuangan, tenaga kerja, informasi dan keterampilan. Sunarya dan Saefullah (2011), juga menyatakan bahwa wirausahawan adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang berbeda, mengorganisasi, menanggung risiko, berorientasi hasil, peluang, kepuasan pribadi dan perilaku kewirausahaan

Sebagaimana dikemukakan oleh Zimmerer (2008), wirausaha memiliki sejumlah keunggulan yang sangat menarik. Pertama, wirausaha memberikan peluang untuk

mengendalikan nasib sendiri, sehingga seseorang dapat menentukan arah dan keputusan dalam hidupnya secara mandiri. Selain itu, wirausaha juga membuka kesempatan untuk melakukan perubahan, baik dalam skala kecil maupun besar, yang dapat membawa dampak positif bagi lingkungan sekitar. Keunggulan lainnya adalah peluang untuk menggunakan potensi secara penuh, memungkinkan individu mengembangkan kemampuan dan kreativitas tanpa batasan. Wirausaha juga menawarkan peluang memperoleh pendapatan tanpa batas, yang berarti penghasilan dapat meningkat seiring dengan usaha dan inovasi yang dilakukan.

Perkembangan kewirausahaan di era sekarang sangat erat kaitannya dengan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK). Tuntutan globalisasi serta perkembangan IPTEK yang semakin pesat mengakibatkan persaingan dalam penyediaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang unggul. Untuk menciptakan generasi yang unggul, dibutuhkan pendidikan yang mampu mengembangkan potensi mereka salah satunya adalah dengan melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi. Banyak perguruan tinggi di Indonesia yang menawarkan banyak pilihan fakultas dengan berbagai jurusan. Salah satu jurusannya adalah Akuntansi, yang saat ini semakin populer. Dalam memutuskan karir, mereka mempertimbangkan berbagai faktor. Hal ini juga berlaku bagi lulusan Akuntansi di Universitas Sains Al-Qur'an Wonosobo, yang memiliki beberapa opsi dalam menentukan arah karir mereka, salah satunya memulai usaha sendiri sebagai seorang wirausaha.

Namun, pada kenyataannya, kondisi di lapangan menyatakan bahwa masih banyak sekali lulusan perguruan tinggi yang tidak bekerja atau bahkan menganggur. Pengangguran bukanlah suatu keputusan yang dapat dipilih, melainkan akibat dari semakin sulitnya mendapat pekerjaan terutama di kota-kota besar. Kondisi seperti ini akan semakin buruk apabila persaingan global antara lulusan perguruan tinggi Indonesia bersaing secara bebas dengan lulusan perguruan tinggi asing (Rengganis et al., 2022). Data terkait dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1 Jumlah dan Persentase Penduduk Bekerja dan Pengangguran**

<b>Penduduk Bekerja Dan Pengangguran</b>	<b>Jumlah Dan Persentase Penduduk Bekerja Dan Pengangguran</b>			
	<b>Penduduk Bekerja</b>		<b>Pengangguran</b>	
	<b>2024</b>		<b>2024</b>	
	<b>Februari</b>	<b>Agustus</b>	<b>Februari</b>	<b>Agustus</b>
<b>Persentase (%)</b>	95,18	95,09	4,82	4,91
<b>Jumlah (Ribu Orang)</b>	142.179,00	144.642,00	7.195,00	7.466,00

Sumber: Data sekunder diolah. 2025 (bps.go.id 2024)

Mengutip dari data terbaru BPS (Badan Pusat Statistik) Indonesia, berdasarkan jumlah dan persentase pada bulan Agustus 2024 tingkat pengangguran diangka 4,91% dengan jumlah 7.466 ribu jiwa, dengan kata lain jumlah tersebut masih cukup tinggi. Walaupun tidak semua penduduk pengangguran berlatar pendidikan perguruan tinggi, namun banyak lulusan perguruan tinggi di Indonesia yang masih dalam kategori tersebut. Menteri Tenaga Kerja (Menaker) mengatakan, sekitar 12% pengangguran di Indonesia saat ini di dominasi oleh sarjana dan diploma (Fauziah, 2024). Tentunya ini menjadi masalah juga bagi pemerintah Indonesia untuk mengatasi banyaknya pengangguran di Indonesia, khususnya pengangguran di kalangan lulusan perguruan tinggi, yang menandakan bahwa meskipun telah menempuh pendidikan tinggi dan

mengantongi gelar sarjana, banyak dari mereka yang masih menghadapi kesulitan dalam menghadapi dunia kerja.

Pada kenyataannya, hal serupa rupanya masih terjadi di lingkungan sekitar kita, yaitu para lulusan dari Universitas Sains Al-Qur'an Wonosobo yang mana dari mereka ternyata masih banyak yang tidak langsung mendapatkan pekerjaan pasca lulus. Dalam upaya mengetahui tingkat pengangguran di lingkungan sekitar, peneliti melakukan observasi dan pra riset yang hasilnya disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2 Hasil Observasi

Keterangan	Ya	Tidak	Total
Apakah di lingkungan sekitar anda masih terdapat lulusan sarjana (S1) yang belum memiliki pekerjaan, tidak bekerja atau bahkan menjadi pengangguran?	62	8	70
<b>Persentase</b>	<b>88,6%</b>	<b>11,4%</b>	<b>100%</b>

Sumber: Mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sains Al-Qur'an, 2025

Tabel 3 Hasil Pra Penelitian

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Melanjutkan Pendidikan (S2)	15	21,4%
2	Mendaftar PNS/ASN	29	41,4%
3	Menjadi Akuntan Publik	14	20%
4	Menjadi Manajemen Publik	7	10%
5	Menjadi Wirausahawan	5	7,1%
	<b>Jumlah</b>	<b>70</b>	<b>100,00%</b>

Sumber: Mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sains Al-Qur'an, 2025

Berdasarkan hasil observasi yang disajikan dalam Tabel 1.2, diketahui bahwa sebesar 88,6% responden menyatakan bahwa di lingkungan mereka masih terdapat lulusan sarjana (S1) yang belum memiliki pekerjaan, tidak bekerja, atau bahkan menjadi pengangguran. Fakta ini mengindikasikan adanya masalah serius terkait rendahnya daya serap dunia kerja terhadap lulusan perguruan tinggi, termasuk dari prodi Akuntansi. Sementara itu, hasil pra-penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar lulusan lebih memilih mendaftar sebagai ASN/PNS (41,4%), melanjutkan pendidikan ke jenjang S2 (21,4%), atau menjadi akuntan publik (20%). Hanya 7,1% dari responden yang memilih untuk menjadi wirausahawan, yang berarti minat berwirausaha di kalangan lulusan masih sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas lulusan masih bergantung pada sektor pekerjaan formal yang terbatas, dan belum menjadikan wirausaha sebagai pilihan utama. Persentase kewirausahaan yang masih rendah di Indonesia dibandingkan

dengan negara-negara lain dapat ditinjau dari tingginya jumlah pelamar pada seleksi Calon Aparatur Sipil Negara setiap tahun. Bahkan perbandingan jumlah pelamar antara formasi menunjukkan rasio yang sangat tidak proporsional (Prayoga, 2021).

Rendahnya minat dalam pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sains Al-Qur'an menjadi suatu permasalahan yang cukup serius. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan institusi pendidikan dalam mencetak lulusan yang memiliki jiwa wirausaha dengan kenyataan di lapangan yang menunjukkan rendahnya minat mahasiswa untuk terjun ke dunia usaha. Meskipun pihak fakultas telah menyediakan materi kewirausahaan sebagai bagian dari kurikulum, implementasinya belum optimal membangun karakter dan semangat berwirausaha pada diri mahasiswa. Kurangnya pendekatan yang aplikatif dan minimnya praktik langsung dalam kegiatan kewirausahaan dapat menjadi faktor penghambat berkembangnya minat tersebut.

Zimmerer (2008) menyebutkan bahwa pendorong meningkatnya kewirausahaan disuatu negara tergantung pada peranan Universitas melalui Pendidikan Kewirausahaan. Hal ini disebabkan karena Perguruan Tinggi dapat mendidik dan meningkatkan kemampuan wirausaha generasi muda. Disamping itu, Perguruan Tinggi dapat memotivasi generasi muda untuk lebih memilih karir sebagai wirausaha daripada mencari pekerjaan. Dipilihnya karir sebagai wirausaha, juga akan dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang lebih luas. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi mahasiswa akuntansi dalam pengambilan keputusan berwirausaha adalah adanya e-commerce, social media, penggunaan sistem informasi akuntansi dan pengetahuan kewirausahaan.

Menurut Suzanto (2015) E-commerce memberikan cara baru dalam melaksanakan bisnis berwirausaha, sehingga siapa saja bisa memanfaatkan media tersebut untuk menjadi wirausaha yang mampu menciptakan dan memperluas bisnis secara lebih cepat dan lebih mudah. Dengan adanya e-commerce sebagai media transaksi jual beli elektronik, maka e-commerce sangat diperlukan bagi mahasiswa yang ingin menjadi seorang wirausaha. Penggunaan e-commerce yang sudah menyebar luas keseluruh penjuru Indonesia harus dapat dimanfaatkan oleh calon wirausaha untuk dapat mengembangkan bisnis mereka untuk mencapai orientasi yang lebih luas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yeni (2022), yang menyatakan bahwa e-commerce berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian Taufiq dan Indrayeni (2022) yang menyatakan bahwa e-commerce berpengaruh negatif dalam pengambilan keputusan berwirausaha.

Thoyibie (2010), mendefinisikan social media sebagai konten berisi informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum. Dewi (2019) mengatakan bahwa kemudahan dalam bertransaksi yang ditawarkan oleh social media diharapkan dapat menjadi faktor penunjang dalam berwirausaha. Social media sebagai media promosi yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berinteraksi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, bahkan video. Hal ini tentunya menjadi peluang untuk menanamkan minat berwirausaha pada mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Rusdiana et al. (2024) juga menegaskan bahwa social media berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Namun penelitian yang dilakukan oleh Fernando dan Handoyo (2022) menunjukkan hasil yang berbeda, yakni social media memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Menurut Gelinas dan Dull (2012), Sistem Informasi Akuntansi (SIA) adalah sebuah subsistem khusus dari sistem informasi yang mampu mengoleksi, memproses, dan melaporkan informasi yang berhubungan dengan aspek keuangan dalam suatu peristiwa bisnis. Sedangkan menurut Susanto (2017) SIA adalah kumpulan atau group dari sub sistem / komponen / bagian apapun baik fisik / nonfisik yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya dan bekerja sama secara harmonis untuk mengolah data transaksi yang berkaitan dengan masalah keuangan menjadi informasi keuangan. SIA tentunya menjadi dasar untuk pengambilan keputusan dalam berwirausaha, dimana pengetahuan terkait SIA yang semakin tinggi akan membuat minat untuk melaksanakan wirausaha semakin besar. Pentingnya pengetahuan SIA terhadap pengambilan keputusan berwirausaha juga didukung oleh penelitian Delvisa dan Riswan (2023) yang menyatakan bahwa SIA berpengaruh positif pada minat berwirausaha. Namun, berbeda dengan penelitian Yeni (2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan SIA berpengaruh negatif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Menurut Merek et al. (2018) pengetahuan kewirausahaan merupakan rangkuman pembelajaran mekanisme mengidentifikasi peluang dan menghadapi potensi tantangan. Suryaningsih dan Agustin (2020) mengartikan bahwa pengetahuan kewirausahaan sebagai ilmu, seni, maupun perilaku, sifat, ciri, dan watak seseorang yang mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Teori perilaku terencana mengatakan, keputusan bisnis mempengaruhi faktor internal yang meliputi pengetahuan kewirausahaan yang diperoleh melalui pembelajaran. Artinya, jika seseorang memiliki kemampuan dan disertai dengan pengetahuan maka orang tersebut akan mudah berkembang dan berhasil. Hal ini sejalan dengan Delvisa dan Riswan (2023) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani et al. (2023) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

## **Kajian Pustaka**

### **Pengambilan Keputusan Berwirausaha**

Secara etimologi wirausaha berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti: pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Usaha, berarti perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Jadi wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu. Sunarya dan Saefullah (2011), berpendapat wirausahawan adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang berbeda, mengorganisasi, menanggung risiko, berorientasi hasil, peluang, kepuasan pribadi dan perilaku kewirausahaan. Sedangkan menurut Kasmir (2007) wirausaha ialah seorang yang berjiwa pemberani yang berani mengambil risiko untuk membuka sebuah usaha di berbagai kesempatan yang ada.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, pengambilan keputusan dalam berwirausaha merupakan suatu proses pemikiran alternatif yang akan dihasilkan tentang prediksi usahanya dikemudian hari. Seorang wirausahawan harus cepat dalam mengambil keputusan, agar apabila ada sebuah kesempatan maka kesempatan tersebut dapat dipergunakan dengan baik. Wirausahawan yang ingin sukses harus mampu berfikir cepat dengan mengembangkan ide secara kreatif dan inovatif. Setiap keputusan harus difikirkan secara luas dan mendalam karena keputusan yang diambil akan berdampak lama.

## **E-Commerce**

Perdagangan elektronik atau dalam bahasa Inggris disebut electronic commerce atau e-commerce adalah penyebaran pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, dan jaringan komputer lainnya. Perdagangan elektronik dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran elektronik, sistem manajemen inventori otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) E-Commerce (Electronic Commerce) adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan. Sedangkan menurut Wong (2010) E-Commerce juga diartikan sebagai proses pembelian, penjualan dan pemasaran barang atau jasa melalui sistem elektronik.

Suzanto (2015) mengatakan E-commerce juga memberikan cara baru dalam melaksanakan bisnis, sehingga siapa saja bisa memanfaatkan media tersebut untuk menjadi wirausaha yang mampu menciptakan dan memperluas bisnis secara lebih cepat dan lebih mudah. E-commerce diartikan sebagai pemanfaatan perkembangan teknologi informasi sebagai sarana media alat memasarkan barang dan jasa.

H1: E-Commerce berpengaruh positif terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha

## **Social Media**

Social Media adalah pelantar digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berinteraksi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan pelantar digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaannya. Social Media juga merupakan sebuah sarana untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara daring yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Menurut Rulli Nasrullah (2020) Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui. Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa sebab terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Thoyibie (2010), mengatakan social media adalah konten berisi informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum. Aprilia, (2020) berpandangan bahwa social media adalah suatu hal yang adanya pengaruh pada remaja baik dalam hal positif ataupun hal negatif bagi kehidupan remaja.

H2: Social Media berpengaruh positif terhadap pengambilan Keputusan berwirausaha

## **Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA)**

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) adalah sebuah sistem yang mengumpulkan, menyimpan dan mengolah data keuangan dan akuntansi yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Menurut Susanto (2017) SIA adalah kumpulan atau grup dari sub sistem / komponen / bagian apapun baik fisik / nonfisik yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya dan bekerja sama secara harmonis untuk mengolah data transaksi yang berkaitan dengan masalah keuangan menjadi informasi keuangan. Sedangkan menurut Gelinis dan Dull (2012:667), sistem informasi akuntansi adalah sebuah subsistem khusus dari sistem informasi yang mampu mengoleksi, memproses, dan melaporkan informasi yang berhubungan dengan aspek keuangan dalam suatu peristiwa bisnis.

H3: Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif terhadap pengambilan Keputusan berwirausaha

### Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Merek et.al, (2018) dan Roy et.al, (2017) pengetahuan kewirausahaan merupakan rangkuman pembelajaran mekanisme mengidentifikasi peluang dan menghadapi potensi tantangan, mengacu pada serangkaian dimensi tambahan, seperti pengetahuan teknis di bidang strategi, akuntansi dan hukum, serta domain manajemen waktu, disiplin, fleksibilitas, dan toleransi. Pengetahuan kewirausahaan adalah pengetahuan yang didapat dari proses pembelajaran kewirausahaan yang diperoleh melalui pendidikan formal maupun non formal mengenai bagaimana memanfaatkan peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan, bagaimana merintis usaha baru, menghasilkan tambah baru dan menghasilkan produk dan jasa baru sebagai modal untuk berwirausaha.

H4: Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pengambilan Keputusan berwirausaha

### Metodologi Penelitian

Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan metode Purposive Sampling yang berjumlah 130 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data memakai analisis regresi linear berganda (SPSS).

### Hasil dan Pembahasan

#### Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 4 Deskriptif Statistik Variabel – Variabel Penelitian**

Variabel	Rata-rata Aktual	Std. Deviation	Kisaran Aktual	Kisaran Teoritis	Rata-rata Teoritis
<i>E-commerce</i> (X1)	13.4077	1.71042	3-15	3-15	9
<i>Social Media</i> (X2)	17.6308	2.51550	5-20	4-20	12
Penggunaan SIA (X3)	13.3615	2.01161	3-15	3-15	9
Pengetahuan Kewirausahaan(X4)	13.6923	1.48296	6-15	3-15	9
Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Y)	22.2615	2.31461	15-25	5-25	15
Valid N (listwise)	130				

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui informasi mengenai standar deviasi, rata-rata dan kisaran teoritis masing-masing pernyataan, serta kisaran aktual jawaban dari masing-masing responden.

### Uji Validitas

**Tabel 5 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Kisaran Korelasi	Signifikansi	Keterangan
Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Y)	0,626**- 0,745**	0,000	Valid
<i>E-Commerce</i> (X1)	0,773**- 0,814**	0,000	Valid
<i>Social Media</i> (X2)	0,740**- 0,819**	0,000	Valid
Penggunaan SIA (X3)	0,828**- 0,857**	0,000	Valid
Pengetahuan Kewirausahaan (X4)	0,829**- 0,877**	0,000	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Pengaruh E-Commerce, Social Media, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha 60

Hidayatun Munawaroh<sup>1</sup>, Nanang Agus Suyono<sup>2</sup>, Sri Hartiyah<sup>3</sup>, Desy Wulandari<sup>4</sup>

Email : suyono.na07@gmail.com

Secara keseluruhan uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat signifikansi 0,000, yakni dibawah batas taraf signifikansi alpha yaitu 0,05. Hal ini menyatakan bahwa, seluruh pernyataan yang berkaitan dengan variabel pengambilan keputusan berwirausaha, e-commerce, social media, penggunaan SIA dan pengetahuan kewirausahaan dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Tabel 6 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha Based On Standardized Items	Batas Alpha	Keterangan
Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Y)	0,721	0,7	Reliabel
E-Commerce (X1)	0,709	0,7	Reliabel
Social Media (X2)	0,768	0,7	Reliabel
Penggunaan SIA (X3)	0,800	0,7	Reliabel
Pengetahuan Kewirausahaan (X4)	0,807	0,7	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Secara keseluruhan uji reliabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan hasil nilai Cronbach's Alpha Based On Standardized Items yang lebih besar dari batas bawah Cronbach's Alpha Based on Standardized Items yaitu 0,7. Sehingga seluruh pernyataan yang berkaitan dengan variabel pengambilan keputusan berwirausaha, e-commerce, social media, penggunaan SIA dan pengetahuan kewirausahaan adalah reliabel.

Uji Hipotesis

Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.501	1.827		3.557	.001
E_Commerce	.139	.107	.103	1.293	.198
Social_Media	.236	.072	.256	3.268	.001
Penggunaan_Sia	.287	.097	.250	2.968	.004
Pengetahuan_Kewirausahaan	.431	.132	.276	3.261	.001

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 6.501 (positif) menunjukkan bahwa apabila variabel-variabel independen (e-commerce, social media, penggunaan SIA dan pengetahuan kewirausahaan) bernilai konstan, maka responden yang menjadi sampel pada penelitian ini memiliki minat dalam pengambilan keputusan berwirausaha.
2. Berdasarkan tabel 7 untuk pengaruh e-commerce terhadap pengambilan keputusan berwirausaha (H1) memiliki koefisien 0,139 dan signifikansi pada 0,198. Karena memiliki tingkat signifikansi lebih dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan bahwa e-commerce berpengaruh positif terhadap Y "ditolak". Artinya e-commerce dalam

- penelitian ini tidak mempengaruhi minat mahasiswa akuntansi dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan.
3. Berdasarkan tabel 7 untuk pengaruh social media terhadap pengambilan keputusan berwirausaha (H2) memiliki koefisien 0,236 dan signifikansi pada 0,001. Karena memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 yang menyatakan bahwa social media berpengaruh positif terhadap Y "diterima". Artinya Semakin tinggi pengetahuan mahasiswa terhadap social media, maka akan semakin berminat dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan.
  4. Berdasarkan tabel 7 untuk pengaruh penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) terhadap pengambilan keputusan berwirausaha (H3) memiliki koefisien 0,287 dan signifikansi pada 0,004. Karena memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 yang menyatakan bahwa penggunaan SIA berpengaruh positif terhadap Y "diterima". Artinya semakin tinggi tingkat pengetahuan mahasiswa dalam penggunaan SIA, semakin besar minat mereka dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha. Dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan.
  5. Berdasarkan tabel 7 untuk pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha (H4) memiliki koefisien 0,431 dan signifikansi pada 0,001. Karena memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Y "diterima". Artinya semakin tinggi tingkat pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa, maka semakin besar kemampuannya dalam mengambil keputusan untuk memulai suatu usaha. Dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan.

### Pengujian Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 <sup>a</sup>	.391	.372	1.83474

a. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN\_KEWIRAUSAHAAN, E\_COMMERCE, SOCIAL\_MEDIA, PENGGUNAAN\_SIA

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Tabel 8 menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0.372 atau 37,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengambilan keputusan berwirausaha dijelaskan oleh variabel variabel *e-commerce*, *social media*, penggunaan SIA dan pengetahuan kewirausahaan sebesar 37,2%, sedangkan sisanya sebesar 62,8% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

### Pembahasan

#### Pengaruh E-Commerce Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Berdasarkan tabel 7 hasil hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa e-commerce berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha ditolak. Artinya dari persamaan tersebut e-commerce tidak mempengaruhi mahasiswa dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Didukung dengan jawaban salah satu responden yang menjawab sangat tidak setuju pada semua indikator dan diperkuat oleh penelitian Taufiq dan Indrayeni (2022) yang menyatakan bahwa e-commerce berpengaruh negatif dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Namun, penelitian yang dilakukan oleh

Yeni (2022) membuktikan bahwa e-commerce berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Meningkatnya penggunaan e-commerce sebagai bentuk nyata dari kemajuan teknologi digital telah membuka peluang baru dalam dunia bisnis. Platform e-commerce memberikan kemudahan dalam mengakses pasar yang lebih luas, mempercepat proses transaksi, serta menekan biaya operasional bagi pelaku usaha. E-commerce kerap dipandang sebagai faktor yang dapat mendorong seseorang, khususnya generasi muda, untuk memulai bisnis karena dianggap menawarkan peluang besar dengan risiko yang relatif rendah. Namun, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa e-commerce tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa akuntansi.

Artinya, meskipun e-commerce menghadirkan berbagai kemudahan dan peluang, keberadaan dan kemajuan e-commerce itu sendiri tidak serta-merta mendorong mahasiswa akuntansi untuk memulai usaha. Hal ini disebabkan karena mahasiswa akuntansi cenderung lebih mempertimbangkan aspek-aspek lain dalam pengambilan keputusan wirausaha, seperti kesiapan mental dalam menghadapi risiko bisnis, keterampilan manajerial dan finansial, serta ketersediaan modal dan waktu. Selain itu, latar belakang pendidikan mereka yang fokus pada analisis keuangan dan manajemen risiko membuat mereka lebih berhati-hati dan cermat dalam merencanakan langkah bisnis, daripada sekadar memanfaatkan tren teknologi yang sedang berkembang. Dengan demikian, walaupun e-commerce memberikan peluang, mahasiswa akuntansi belum menjadikannya sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha.

## **Pengaruh Social Media Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha**

Berdasarkan tabel 7 hasil hipotesis pertama (H2) yang menyatakan bahwa social media berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha diterima. Artinya dari persamaan tersebut, semakin tinggi pemahaman dalam penggunaan social media maka semakin tinggi minat mahasiswa akuntansi dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Sebaliknya, semakin rendah pemahaman dalam penggunaan social media, maka semakin rendah pula minat mahasiswa akuntansi dalam pengambilan keputusan berwirausaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rusdiana et al. (2024) yang menegaskan bahwa social media berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Namun penelitian yang dilakukan oleh Fernando dan Handoyo (2022) menunjukkan hasil yang berbeda, yakni social media memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Sejalan dengan teori entrepreneurship, sangat penting untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan optimal, menggunakan social media sebagai sarana strategis dalam pengembangan bisnis. Perkembangan social media sebagai bagian dari transformasi digital telah memberikan dampak positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa akuntansi. Platform seperti Instagram, TikTok, dan LinkedIn tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga sumber informasi bisnis yang inspiratif dan edukatif, strategi pemasaran digital, serta tips pengelolaan usaha. Mahasiswa akuntansi yang memiliki pemahaman dasar tentang keuangan dan pencatatan bisnis cenderung lebih percaya diri untuk memulai usaha ketika melihat potensi promosi dan jangkauan pasar yang luas melalui social media. Informasi yang diserap dari konten-konten tersebut memberikan motivasi serta wawasan praktis,

sehingga mendorong mahasiswa untuk merintis usaha sendiri. Dengan demikian, social media menjadi faktor yang memperkuat minat dalam pengambilan keputusan berwirausaha.

## **Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha**

Berdasarkan tabel 7 hasil hipotesis pertama (H3) yang menyatakan bahwa penggunaan SIA berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha diterima. Artinya dari persamaan tersebut semakin tinggi tingkat pemahaman dalam penggunaan SIA maka semakin tinggi minat mahasiswa akuntansi dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Sebaliknya, semakin rendah pemahaman penggunaan SIA maka semakin rendah pula minat mahasiswa akuntansi dalam pengambilan keputusan berwirausaha.

Didukung oleh penelitian Delvisa dan Riswan (2023) yang menyatakan bahwa SIA berpengaruh positif pada minat berwirausaha. Namun bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yeni (2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan SIA berpengaruh negatif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa akuntansi.

Berdasarkan teori entrepreneurship, pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) memegang peranan penting dalam mengoptimalkan peluang yang tersedia, khususnya sebagai alat strategis untuk mengembangkan bisnis. SIA memungkinkan proses pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan, serta pengendalian keuangan dilakukan secara lebih akurat, efisien, dan real-time. Mahasiswa akuntansi yang terbiasa menggunakan SIA dalam kegiatan perkuliahan cenderung lebih siap secara teknis dan mental dalam menghadapi tantangan bisnis karena mereka memahami pentingnya sistem informasi dalam pengambilan keputusan yang tepat. Dengan dukungan SIA, mahasiswa mampu menganalisis kinerja usaha secara objektif, mengelola arus kas, serta membuat proyeksi keuangan secara sistematis. Pemahaman dan keterampilan ini memberi mereka kepercayaan diri lebih tinggi untuk memulai dan mengelola usaha secara profesional. Oleh karena itu, penggunaan SIA menjadi faktor yang memperkuat keyakinan mahasiswa akuntansi dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha.

## **Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha**

Berdasarkan tabel 7 hasil hipotesis pertama (H4) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha diterima. Artinya dari persamaan tersebut, semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa akuntansi, maka semakin tinggi minatnya dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Sebaliknya jika tingkat pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa akuntansi rendah, maka semakin rendah pula minatnya dalam pengambilan keputusan berwirausaha.

Sejalan dengan penelitian Delvisa dan Riswan (2023) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani, et al. (2023) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Sesuai dengan prinsip-prinsip dalam teori entrepreneurship, penguasaan pengetahuan kewirausahaan menjadi faktor krusial yang harus dimanfaatkan secara maksimal sebagai modal utama dalam mengenali dan mengeksplorasi peluang bisnis. Pengetahuan kewirausahaan memberikan pemahaman dasar tentang cara merancang, menjalankan, dan mengelola usaha, sehingga berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa akuntansi. Dengan bekal ini, mahasiswa tidak hanya menguasai aspek teknis akuntansi, tetapi juga memahami strategi bisnis, analisis pasar, dan manajemen risiko. Pengetahuan ini membantu mereka mengidentifikasi peluang, merancang rencana usaha, serta memperkirakan keuntungan dan risiko secara lebih terukur. Hal ini membuat mahasiswa lebih percaya diri dan siap untuk memulai usaha. Oleh karena itu, pengetahuan kewirausahaan menjadi faktor yang memperkuat keputusan berwirausaha pada mahasiswa akuntansi.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa e-commerce berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa akuntansi (H1 ditolak). Artinya e-commerce dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Hal ini disebabkan karena mahasiswa akuntansi cenderung lebih mempertimbangkan kesiapan mental, keterampilan manajerial, ketersediaan modal, serta latar belakang analisis keuangan dalam pengambilan keputusan berwirausaha dibanding sekadar mengikuti tren teknologi.
2. Hipotesis kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa social media berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa akuntansi (H2 diterima). Dalam penelitian ini variabel social media berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Artinya, semakin tinggi pemahaman mahasiswa akuntansi dalam menggunakan social media maka semakin tinggi minatnya dalam pengambilan keputusan berwirausaha.
3. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa akuntansi (H3 diterima). Artinya, semakin tinggi tingkat pemahaman dalam penggunaan SIA maka akan menambah minat mahasiswa akuntansi dalam pengambilan keputusan berwirausaha.
4. Hipotesis keempat dalam penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa akuntansi (H4 diterima). Artinya, pengetahuan kewirausahaan yang semakin tinggi, maka akan menambah minat mahasiswa akuntansi dalam pengambilan keputusan berwirausaha.

## Daftar Pustaka

- Delvisa, E. (2023). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Sistem Informasi Akuntansi pada Minat Berwirausaha. *Jurnal EMT KITA*, 7(3), 630-636.
- 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.
- Handayani. (2023). Perkembangan E-Commerce, Modal Usaha, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Pengaruh E-Commerce, Social Media, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha
- Hidayatun Munawaroh<sup>1</sup>, Nanang Agus Suyono<sup>2</sup>, Sri Hartiyah<sup>3</sup>, Desy Wulandari<sup>4</sup>*  
Email : suyono.na07@gmail.com

- Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital* 2 (2), 95-104.
- Kriyantono, R. A. C. H. M. A. T., Kasim, A. Z. A. H. A. R., Safitri, R. E. Z. A., Adila, I. S. M. A., Prasetya, A. B., Febriani, N. U. F. I. A. N., ... & Said, M. F. (2023). Is social media the top priority for seeking and sharing information about COVID-19 among Indonesian students. *Malaysian Journal of Communication*, 39(1), 144-165.
- Mirari, C. C. (2023). Analisis Kesuksesan Sistem Informasi Akuntansi Aplikasi Perbankan Digital "Jenius" Dengan Model Delone dan Mclean (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Niati, D. R., Siregar, Z. M. E., & Prayoga, Y. (2021). The effect of training on work performance and career development: the role of motivation as intervening variable. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 2385-2393.
- Rengganis, R. M. Y. D., Mirayani, L. P. M., & Pramanaswari, A. S. I. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Economina*, 1(4), 975-984.
- Rusdiana. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Sosial Media Terhadap Minat Berwirausaha (Pada Generasi Muda Dan Milenial Di Sidoarjo). *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* (vol. 2, no. 4, 377-400).
- Sanjaya, M., Bakti, A. F., Sigid, R. R., & Nasrullah, R. (2022). The Practice of Digital Capitalism and The Commodification of The Salafi Community On Instagram Rodjatv. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 3(3), 577-591.
- Sauw, H. M., Djami, R. M., & Renoat, R. (2022, March). Analysis of the Role of Social Media on Sales of Used Clothing Online in Kupang City. In *International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2021 (iCAST-SS 2021)* (pp. 391-397). Atlantis Press.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Mosi, I. M. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(1), 315-330.
- Taufiq, M., & Indrayeni, I. (2022). Pengaruh E-Commerce, Self Efficacy Dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(1), 187-195.
- Yeni, R. I. (2022). Pengaruh E-Commerce, Social Media dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha:(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau). *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Teknologi Informasi Akuntansi*, 664-675.