



Determinan Pengambilan Keputusan Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta

Oktavia Dwi Kusumaningrum¹, Ismunawan²
^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Indonesia

Alamat : Jl. Slamet Riyadi No.435-437, Dusun I, Makamhaji, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 5716, Indonesia

Korespondensi Penulis : oktaviadwi0210@gmail.com

Abstract. *This research aims to determine whether there is an influence of e-commerce, social media, accounting information systems, and business capital on entrepreneurial decision making. The population used in this research were 6th semester students majoring in accounting at the Surakarta Department with a sample of 105 respondents. The type of method used in this research uses quantitative methods. Data analysis uses multiple linear regression analysis using SPSS version 25. The research results show that the independent variables e-commerce, accounting information systems, and business capital have a positive or significant impact, while the results from the social media variable do not have a positive impact or not. significant impact on entrepreneurial decisions.*

Keywords: *E-Commerce, Social Media, Accounting Information Systems, Business Capital, Entrepreneurial Decisions.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari e-commerce, sosial media, sistem informasi akuntansi, dan modal usaha terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa STIE Surakarta. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester 6 jurusan akuntansi distie surakarta dengan sampel yang digunakan sebanyak 105 responden. Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 25. Dengan hasil penelitian memperoleh hasil variabel independen e-commerce, sistem informasi akuntansi, dan modal usaha memiliki pengaruh yang berdampak positif atau signifikan sedangkan hasil dari variabel sosial media tidak memiliki dampak positif atau tidak signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

Kata kunci : E-Commerce, Sosial Media, Sistem Informasi Akuntansi, Modal Usaha, Keputusan Berwirausaha.

1. LATAR BELAKANG

Pengangguran di Indonesia masih menjadi permasalahan yang sangat serius. Ketidakseimbangan antara pekerjaan dan jumlah tenaga kerja menjadi salah satu penyebab pengangguran. Tidak memungkiri dari segi tingkat pendidikan terutama dari lulusan tingkat perguruan tinggi juga tidak lepas dari masalah pengangguran ini. Dari Kominfo (2024) menurut Dr Said Mirza Pahlevi M.Eng sebut bahwa statistik pengangguran pada lulusan universitas baik jenjang D4, S1, S2, dan S3 kembali meningkat dan dari data tersebut menyebutkan bahwa tingkat pengangguran lulusan universitas naik dari 4,8% tahun 2022 menjadi 5,18% di tahun 2023. Dampak dari industri saat ini yang lebih mengandalkan kecanggihan teknologi masa kini membuat para pekerja mengalami transformasi yang berakibat tergantungnya tenaga kerja dengan teknologi contoh kecanggihan teknologi masa kini

antara lain Big data analytics, cyber security, AI hingga E-commerce and digital trade.

Permasalahan ini berdampak bagi lulusan perguruan tinggi yang menjadikan sulitnya mencari pekerjaan di sebuah perusahaan. Menurut UU 12 tahun 2012 tentang pendidikan tinggi yang mewujudkan perkembangan potensi mahasiswa melalui ilmu pengetahuan dalam mengembangkan ilmu serta tujuan dan fungsi dari pendidikan tersebut. Sehingga hadir melalui UU No. 12 Tahun 2012 tentang menjadikan kewirausahaan menjadi mata kuliah yang wajib di tingkat perguruan tinggi (Hakim, B. R, 2020). Salah satu faktor penurunan pada tingkat pengangguran diduga terjadi karena adanya peluang usaha atau terbukanya kewirausahaan. Dengan adanya wirausaha maka dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru. Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin berkembang dapat memudahkan para wirausaha untuk memanfaatkan teknologi masa kini. Salah satu kecanggihan teknologi yang sudah berkembang adalah internet. Dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi masa kini untuk berwirausaha maka penggunaan internet bagi para wirausaha sebagai media yang menyebarkan informasi dan produk bisnis yang dijual bagi para wirausaha.

Penggunaan internet dimasa sekarang ini sudah menjadi hal utama atau pokok. Dalam dunia bisnis apalagi perdagangan untuk memanfaatkan teknologi mejadikan E-Commerce sebagai salah satu kecanggihan teknologi yang paling mendorong kemajuan bisnis digital. Penggunaan E-Commerce sangat membantu bagi para wirausaha dengan memanfaatkan teknologi yang ada maka dari itu E-commerce mempermudah dalam hal jual beli melalui internet secara online, pembeli dapat memesan secara online 24jam tanpa terbatas (Lovita& Susanty, 2021). Proses transaksi jual beli dengan memanfaatkan teknologi internet menjadikan jual beli bisa hanya dengan menggunakan smartphone tidak perlu langsung datang ke tempat. Pasar digital yang sering disebut dengan marketplace merupakan salah satu bentuk dari E-commerce atau pasar yang berbentuk online dengan transaksi antara penjual dan pembelinya tidak perlu bertemu saat menjual produknya dan pembelian dapat dilakukan secara online melalui internet kapan saja dan dimana saja sehingga sangat mempermudah bagi konsumen serta pemilik usaha. Sehingga peneliti menganggap bahwa E-commerce berpengaruh kuat terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini pun sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari and Sudaryanti, (2020) bahwa E-commerce berpengaruh kuat terhadap keputusan berwirausaha.

E-commerce dapat didukung dengan adanya sosial media. Selain di market place produk juga perlu dipromosikan dengan cara menyebarkan melalui sosial media supaya produk lebih dikenal luas. Aktivitas antara E-commerce dengan sosial media menjadi hubungan yang

sangat berkaitan aktivitas yang bersangkutan karena sama – sama memanfaatkan kemajuan teknologi internet. Pelebaran informasi melalui media sosial dapat menjadikan strategi media sosial marketing bagi para wirausaha. Saat ini media sosial menjadi peluang besar bagi suatu bisnis dari hal tersebut wirausaha memanfaatkan media sosial sebagai periklanan maupun promosi (Kevin dan Puspitowati, 2020). Menurut hasil penelitian Yeni, R. I. (2022) menunjukkan bahwa E-commerce dan social media berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

Bisnis wirausaha juga membutuhkan dukungan dari sistem informasi akuntansi (SIA). Sistem informasi akuntansi sangat bermanfaat bagi pengusaha bisnis wirausaha sebagai sarana pengelolaan masalah keuangan maupun non-keuangan (Wulandari et al., 2020). Menurut Adani (2021) dalam bukunya dengan judul "Sistem Informasi Akuntansi" menguraikan konsep dasar dan penerapan sistem informasi akuntansi dalam konteks berwirausaha dari penelitian tersebut penerapan sistem informasi akuntansi (SIA) dalam berwirausaha sangat mempermudah pengusaha dalam mengelola usahanya. Dari hasil penelitian terdahulu Syaharani, E. P., & Mayangsari, S. (2022) bahwa sistem informasi akuntansi (SIA) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha.

Pentingnya untuk para calon wirausaha dalam mempersiapkan bisnisnya selain dari aspek – aspek diatas persiapan yang sangat diperlukan adalah modal usaha. Dari hasil penelitian terdahulu mengenai modal usaha yang diteliti oleh Dina Merry. Utami (2020) menyatakan bahwasanya dalam mempersiapkan bisnis usaha maka para wirausaha memerlukan modal usaha untuk menjalankan bisnisnya sehingga modal usaha berpengaruh signifikan terhadap perkembangan bisnis. Tanpa modal usaha para wirausaha mengalami kesulitan dalam memulai bisnis usahanya, maka dari itu modal usaha sangat penting bagi para wirausaha sehingga ketersediaan modal usaha tentu menjadi salah satu faktor penting di dunia bisnis (Tanusi & Laga., 2020). Selain penelitian Dina Merry. Utami (2020) penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu lainnya Anggraeni, W. D., Firdaus, M., & Ilmi, M. (2023) yang juga menyatakan ketersediaan modal berpengaruh terhadap keputusan dalam berwirausaha.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori TAM (Technology Acceptance Model)

Teori TAM (Technology Acceptance Model) pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989. Teori TAM (Technology Acceptance Model) sendiri di adaptasi dari TRA (Theory of Reasoned Action) yang diperuntukan penerimaan pemakai terhadap teknologi. Teori TAM ini juga sering digunakan oleh para peneliti dengan penelitian terkait dengan teknologi informasi. Landasan dasar teori TAM menggunakan TRA untuk mengetahui sebab akibat dari persepsi kegunaan dengan persepsi kemudahan dalam penggunaan. Dari peneliti Purwanto dan Budiman (2020) Teori TAM merupakan cara mengetahui bagaimana serta apa saja faktor – faktor yang mempengaruhi inovasi kemajuan teknologi baru. Penggunaan teknologi yang membuat seseorang ingin menggunakannya atau tidak (Tumsifu et al., 2020). TAM juga merupakan teori tindakan untuk mengidentifikasi reaksi serta persepsi seseorang dalam menentukan dan menggambarkan sikap dan perilaku seseorang terhadap penerimaan penggunaan teknologi yang mempengaruhi sikap dari seseorang tersebut.

E-commerce

Terciptanya e-commerce merupakan salah satu bentuk dari pemanfaatan kecanggihan teknologi masa kini. *Electronic commerce* atau yang disebut e-commerce adalah proses jual beli yang prakteknya dilakukan secara online dengan internet melalui media elektronik. Menurut Akbar & Alam (2020), E-commerce merupakan penjualan, pemasaran dan pembelian barang serta jasa dengan melalui sistem elektronik. Kemajuan teknologi semakin mempermudah para pembisnis dan juga wirausaha dalam memasarkan produk mereka. E-commerce yakni aktivitas yang berhubungan dengan apapun yang terkait marketing seperti jual beli barang ataupun jasa yang memanfaatkan teknologi elektronik dalam proses kegiatannya (Jansiska & Sugihartono, 2019).

Sosial media

Upaya strategi marketing untuk memberitahukan, memasarkan serta menawarkan barang, produk maupun jasa kepada para konsumen dengan tujuan menarik konsumen supaya melakukan pembelian untuk meningkatkan angka penjualan. Dalam strategi marketing media sosial sangat membantu dalam menyebarkan informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Sosial media adalah media untuk bersosialisasi dengan saling berinteraksi secara

online tanpa harus bertatap muka, tanpa batas ruang dan waktu. Media sosial merupakan media online yang kegiatannya dibantu oleh teknologi berbasis web dari kemajuan ini dapat membuat perubahan dalam hal komunikasi (Nabila et al. 2020). Selain itu media sosial juga menjadi tempat terhubungnya setiap orang tanpa harus bertemu serta tempat mengekspresikan diri dengan bantuan internet. Menurut Ardiansah dan Maharani (2021) media sosial merupakan sarana serta wadah yang mempermudah dalam hal interaksi antara pengguna dengan sifat komunikasi dua arah dan juga sering dimanfaatkan oleh para wirausaha sebagai media pemasaran.

Sistem informasi akuntansi

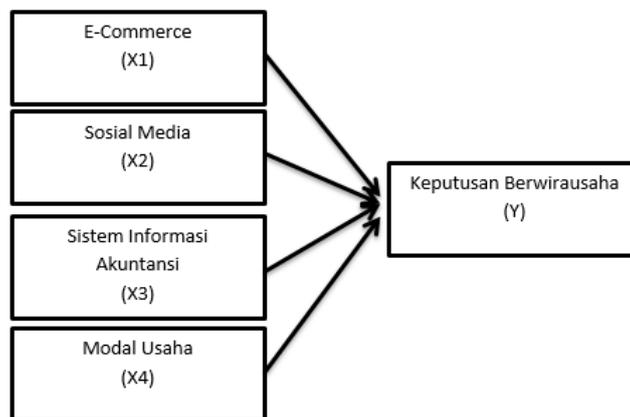
Laporan keuangan didapat dari data barang serta pendapatan. Seorang wirausaha maupun calon wirausaha sebaiknya mengetahui sedikit tentang sistem informasi akuntansi untuk mengetahui proses keuangan dalam usahanya (Wulandari & Sudaryanti, 2020). Sistem informasi akuntansi atau yang disebut SIA yakni integrasi teknologi informasi dengan proses akuntansi. Dengan tujuan utama yaitu untuk mempermudah pengelolaan serta pelaporan alur data keuangan. Sistem informasi akuntansi merupakan sistem yang menghasilkan informasi melalui proses pengolahan data dan transaksi dalam sebuah bisnis yang bermanfaat untuk mengendalikan, merencanakan serta mengoperasikan bisnis (Kasmir, 2020). SIA yakni sebuah komponen yang mengategorikan analisis serta menginformasikan finansial secara relevan guna menentukan keputusan antara internal maupun external (Sariwulan, 2020).

Modal usaha

Modal usaha adalah uang yang dipakai untuk digunakan sebagai awal atau inti pokok dalam membuka usaha serta untuk mendapatkan keuntungan yang lebih. Menurut KBBI (2022) modal usaha itu sesuatu yang digunakan oleh perusahaan ataupun seseorang sebagai bekal untuk memulai bisnis. Besar kecilnya modal sangat berpengaruh dalam proses bisnis semakin besar modal yang digunakan maka semakin tumbuh hasil prosesnya. Dalam dunia bisnis modal usaha sangat bermanfaat dalam proses perkembangan bisnis dan juga modal usaha dapat menanggulangi jika bisnis mengalami kebangkrutan atau kerugian. Menurut Muhammad (2020) modal usaha adalah sesuatu yang dapat digunakan untuk mendirikan dan menjalankan bisnis atau usaha. Modal usaha menurut Istinganah (2019) yaitu kekayaan yang dimiliki oleh pemilik dalam bentuk uang maupun barang dengan harapan memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang dan untuk membuat usaha berkembang.

Wirausaha

Secara umum wirausaha merupakan bentuk kegiatan usaha atau bisnis yang dilakukan secara mandiri dengan menanggung resiko serta menikmati hasilnya sendiri. Berwirausaha adalah suatu kegiatan usaha yang mengambil dari kesempatan – kesempatan yang kemudian mengambil dan mengembangkan usaha yang diciptakannya guna meraih keuntungan. Dalam wirausaha seseorang yang memiliki sebuah ide serta inovasi untuk menciptakan sebuah bisnis dan mampu mengembangkan bisnis disebut dengan entrepreneur. Menurut Ramaditya et al., (2020) wirausaha adalah seseorang yang menciptakan aset kekayaannya sendiri melalui inovasi dari ide –ide serta cara mengembangkan hal tersebut tergantung kerja keras dan pengambilan resiko. Dalam menjalankan sebuah bisnis dan wirausaha seseorang harus memiliki keberanian untuk mewujudkannya atau melaksanakannya (Dewi, 2020).



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Pengaruh e-commerce terhadap keputusan berwirausaha

Memanfaatkan kecanggihan dan kemajuan teknologi melalui e-commerce dalam membantu transaksi jual beli wirausaha merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam keputusan berwirausaha bagi para calon wirausaha. Menurut hasil penelitian Delvisa, E. (2023) e-commerce berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Penelitian ini sejalan dengan Yeni, R. I. (2022) dan Trihudiyatmanto, M. (2019) Syaharani, E. P., & Mayangsari, S. (2022). Dari penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa e-commerce berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha. Dengan demikian hipotesis yang dirumuskan berdasarkan kesimpulan diatas yakni :

H1: E-commerce berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha.

Pengaruh sosial media terhadap keputusan berwirausaha

Salah satu strategi marketing wirausaha dapat melalui media sosial, banyaknya penyebaran informasi melalui media sosial membuat para wirausaha memanfaatkan hal tersebut dengan mempromosikan produk, barang atau jasa mereka melalui media sosial. Berdasarkan penelitian Yeni, R. I. (2022) menyatakan bahwa media sosial juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha sama halnya dengan penelitian Nurhayati, A. (2020), Listiawati, M. (2020) Indraswati, D. dkk (2021). Hipotesis yang dirumuskan berdasarkan uraian diatas :

H2 : Sosial media berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha

Pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap keputusan berwirausaha

Sistem informasi akuntansi (SIA) memberi kemudahan bagi para wirausaha dalam mencatat data laporan keuangan maupun data lainnya. Dengan proses akuntansi mempermudah wirausaha mengetahui laporan keuangan. SIA sendiri menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap wirausaha untuk kejelasan dari alur keuangan dan alur barang. Seperti penelitian Sapulette, S. G., Anakotta, F. M., & Rooy, M. V. (2023) yang menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha dan penelitian ini juga didukung oleh penelitian lainnya yaitu penelitian dari Yeni, R. I. (2022), Syaharani, E. P., & Mayangsari, S. (2022) Anggraeni, W. D., Firdaus, M., & Ilmi, M. (2023), Delvisa, E. (2023). Demikian hipotesis dapat dinyatakan dalam bentuk :

H3 : Sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha

Pengaruh modal usaha terhadap keputusan berwirausaha

Faktor yang paling berpengaruh dari wirausaha yakni modal usaha karena adanya modal usaha maka wirausaha dapat mengembangkan usahanya. Besar dan kecilnya modal usaha sangat mempengaruhi produksi usaha. Sebelum berwirausaha pasti memiliki kesiapan dan hal penting yaitu modal usaha. Menurut penelitian Syaharani, E. P., & Mayangsari, S. (2022) modal usaha berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Anggraeni, W. D., Firdaus, M., & Ilmi, M. (2023), Harsono, I. Dkk (2024), Ningsih, S. (2022). Berikut hipotesis yang dirumuskan berdasarkan uraian diatas dapat

dinyatakan dalam bentuk :

H4 : Modal usaha berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha

3. METODE PENELITIAN

Objek penelitian

Menurut sugiyono (2021:23) objek penelitian merupakan sasaran yang ditunjukkan secara ilmiah melalui riset penelitian dengan tujuan untuk mengumpulkan data secara objektif, reliable, dan valid tentang variable tertentu dengan tujuan serta kegunaan mengetahui hasil yang diteliti. Objek penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yakni mahasiswa akuntansi STIE Surakarta.

Jenis Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sinambela (2020) adalah jenis penelitian yang dalam proses data hingga menghasilkan informasi yang berstruktur dengan menggunakan angka – angka untuk prosesnya dan mengetahui hasil. Metode ini menggunakan data berupa angka yang didapat dari pengumpulan data yang kemudian melalui pengolahan statistik dengan hasil yang didominasi oleh penggunaan angka - angka.

Sumber data

Sumber data dalam penelitian adalah sumber dimana data dapat diperoleh peneliti dengan menggunakan kuisisioner maupun wawancara dalam pengumpulannya. Menurut (Sugiyono, 2020, p. 104) sumber data ada 2 yaitu primer dan sekunder, sumber data primer merupakan sumber data yang didapat secara langsung atau yang memberi informasi secara langsung kepada peneliti sedangkan sumber data sekunder yakni sumber data yang didapat secara tidak langsung yaitu dengan mengumpulkan sumber data melalui dokumen yang dapat mendukung informasi. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dengan menyebarkan kuisisioner kepada mahasiswa akuntansi STIE Surakarta sebagai sumber data.

Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dari responden yang memenuhi kriteria. Pengumpulan data didapat

dengan cara menyebarkan kuisioner ke mahasiswa akuntansi STIE Surakarta. Kuesioner dirancang dengan skala pengukuran seperti skala Likert yang biasa digunakan dalam metode pengukuran dalam riset penelitian ini dengan metode kuantitatif sehingga pengumpulan data yang akan diukur melalui kuisioner yang dibagikan kepada mahasiswa atau sasaran riset. Responden dari jawaban kuisioner menggunakan pengukuran skala likert dengan 5 tingkatan : (1) sangat tidak setuju (2) tidak setuju (3) netral (4) setuju (5) sangat setuju.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2020:126) populasi merupakan wilayah generalisasi yang akan diukur dari keseluruhan subjek dengan kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2020: 127) sample adalah sebagian jumlah dari populasi yang memiliki karakteristik dari populasi tersebut. Populasi yang digunakan dalam riset penelitian ini merupakan mahasiswa jurusan akuntansi di STIE Surakarta dimana jumlah populasi dari data yang diperoleh ada 1.054 mahasiswa yang aktif dari jurusan akuntansi di STIE Surakarta. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan kriteria mahasiswa STIE Surakarta jurusan akuntansi semester 6 kelas pagi dan juga kelas malam yang telah mendapatkan pelajaran dengan mata kuliah kewirausahaan atau entrepreneur. Data yang didapat dari kemahasiswaan STIE Surakarta jumlah mahasiswa semester 6 jurusan akuntansi kelas pagi dan juga kelas malam yaitu 105 mahasiswa

Variabel dan Definisi Operasional
Tabel 1. Definisi Operasional Tiap Variabel

Variabel	Definisi konseptual	Indikator
Keputusan Berwirausaha (Y) Sumber Nurcahyono, J., -, I., & Sulistyowati, N. (2021)	Keputusan berwirausaha merupakan ketentuan yang diambil secara niat dan sadar oleh individu terhadap kegiatan berwirausaha	<ol style="list-style-type: none"> 1. kemauan dan kemampuan, 2. tekad yang kuat dan kerja keras, 3. kesempatan dan peluang
E-commerce (X1) Sumber Prasetyo, Adhi, dkk.(2021)	E-Commerce merupakan segala kegiatan transaksi jual beli menggunakan media elektronik dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efesieni Biaya Pengeluaran (Cost Leadership) 2. Reputasi (Reputation) 3. Pemasaran(Market) 4. Kemudahan Dalam Berbisnis Online (Business Entry)

<p>Sosial Media (X2) Sumber Indriyani & Suri, (2020)</p>	<p>Sosial Media merupakan sebuah sarana atau wadah yang digunakan untuk interaksi dengan bantuan teknologi atau internet yang membuat perubahan dalam hal komunikasi dari yang dulunya hanya satu arah berubah menjadi dua arah</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya konten yang menarik dan menghibur. 2. Adanya interaksi antara konsumen dengan penjual. 3. Adanya interaksi antara konsumen dengan konsumen lain. 4. Kemudahan untuk pencarian informasi produk. 5. Kemudahan untuk Mengkomunikasikan informasi pada publik. 6. Tingkat kepercayaan pada media sosial.
<p>Sistem Informasi akuntansi (X3) Sumber Kurnia Cahaya Lestari dan Arni Muarifah Amri (2020:5)</p>	<p>Sistem informasi akuntansi merupakan suatu sistem untuk mengolah data akuntansi dari koordinasi manusia, alat, dan metode yang digunakan kemudian dirangkum menjadi satu sehingga menghasilkan informasi akuntansi keuangan dan informasi akuntansi management yang terstruktur</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akurat (Accuracy). 2. Relevan (Relevancy). 3. Tepat waktu (timeliness). 4. Lengkap (Complete).
<p>Modal Usaha (X4)</p>	<p>Modal usaha adalah harta, benda, aset yang dapat digunakan untuk memulai usaha dengan harapan menambah kekayaan. Pengukuran yang dilakukan dengan cara melihat tindakan yang diambil seseorang, apakah memiliki dorongan yang kuat dalam mengambil keputusan setelah mendapatkan berbagai informasi yang mendukung suatu tindakan tersebut akan mempengaruhi pengambilan keputusan berwirausaha</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal syarat untuk usaha 2. Pemanfaatan modal tambahan 3. Besar modal 4. Hambatan sumber modal eksternal

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji instrumen data

Tabel 2. Statistik Demografi Responden

Demografi	Kategori	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	12	12 %
	Perempuan	93	93 %
Usia	21 Tahun	8	8 %
	22 Tahun	36	36 %
	23 Tahun	60	60 %
	24 Tahun	1	1 %
Kelas	Pagi	61	61 %
	Malam	44	44 %
Minat Berwirausaha	Ya	85	85 %
	Tidak	20	20 %

Sumber: SPSS.25 Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2 dari data yang diperoleh menerangkan bahwa responden dari jenis kelamin terdapat 12% responden laki-laki dan 93% responden perempuan dengan usia 23 tahun yang terbanyak dari usia 21-24 tahun. Responden dibagi menjadi 2 kelas dan berdasarkan data responden kelas pagi sebanyak 61% sedangkan kelas malam 44%. Pada data tersebut 85% responden memiliki minat untuk berwirausaha dan 20% tidak berminat berwirausaha.

Uji validitas

Validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur sejauh mana objek tersebut dapat diukur secara akurat. Uji ini akan dikatakan valid apabila signifikan $<5\%$ atau kurang dari 0,05 sehingga jika nilai signifikannya didapat 0,05 maka data tersebut dapat dinyatakan valid (Ghozali, 2013).

Tabel 3. Hasil Uji Validasi

Item	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
X1-1		0,775	0,1938	Valid
X1-2	E-Commerce	0,838	0,1938	Valid
X1-3		0,676	0,1938	Valid
X1-4		0,728	0,1938	Valid
X2-1		0,708	0,1938	Valid
X2-2	Sosial Media	0,761	0,1938	Valid
X2-3		0,834	0,1938	Valid
X2-4		0,701	0,1938	Valid
X3-1		0,681	0,1938	Valid
X3-2	Sistem Informasi Akuntansi	0,785	0,1938	Valid
X3-3		0,668	0,1938	Valid
X3-4		0,620	0,1938	Valid
X4-1		0,470	0,1938	Valid
X4-2	Modal Usaha	0,720	0,1938	Valid
X4-3		0,756	0,1938	Valid
X4-4		0,605	0,1938	Valid
Y1		0,810	0,1938	Valid
Y2	Keputusan Berwirausaha	0,636	0,1938	Valid
Y3		0,765	0,1938	Valid

Sumber: SPSS.25 Data primer diolah, 2024

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel 3 menunjukkan bahwa pertanyaan dinyatakan valid karena dari hasil tersebut nilai r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator penelitian valid.

Uji Reliabilitas

Reabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur hasil objek dalam penelitian. Pengujian reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's Alpha yang dilakukan pada setiap variabelnya. Kuisisioner akan dinyatakan reliabel jika Cronbach's Alpha, lebih dari 0,7 (Ghozali, 2013).

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
E-Commerce (X1)	0,799	Reliabel
Sosial Media (X2)	0,799	Reliabel
Sistem Informasi Akuntansi (X3)	0,774	Reliabel
Modal Usaha (X4)	0,751	Reliabel
Keputusan Berwirausaha (Y)	0,796	Reliabel

Sumber: SPSS.25 Data primer diolah, 2024

Hasil uji reabilitas dapat dikatakan reliable jika hasil menunjukkan bahwa Cronbach Alpha > 0,6. Maka dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa masing-masing dari variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai > 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini akan digunakan uji One Sample Kolmogorov- Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,094 ^{c,d}

Sumber: SPSS.25 Data primer diolah, 2024

Dalam penelitian ini akan digunakan uji One Sample Kolmogorov- Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dinyatakan bahwa teristribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara linier dan variabel independen pada model regresi. Cara yang paling umum digunakan oleh para peneliti dalam melakukan pendeteksian ada atau tidaknya problem multikolinieritas pada model regresi adalah dengan

melihat nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolinieritas adalah nilai Tolerance harus > 0.10 dan nilai VIF < 10 (Hair, dkk dalam Aulia 2019).

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

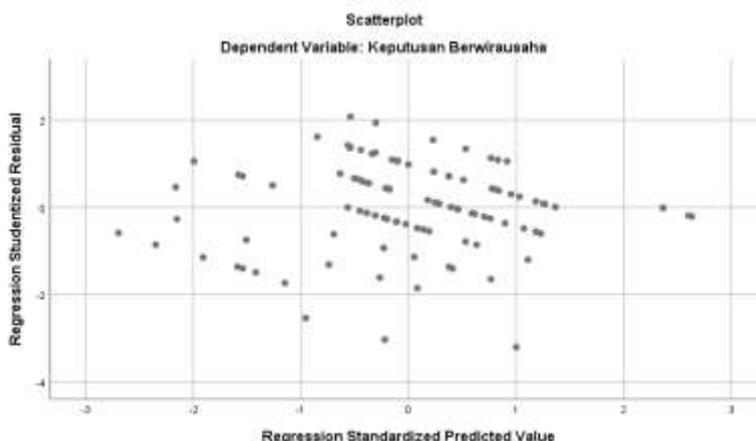
Model	<i>Collinearity Statistic</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
(Constant)		
X1	0,761	1,398
X2	0,516	1,937
X3	0,667	1,499
X4	0,708	1,412

Sumber: SPSS.25 Data primer diolah, 2024

Uji ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara linier dan variabel independen pada model regresi. Cara yang paling umum digunakan oleh para peneliti dalam melakukan pendeteksian ada atau tidaknya problem multikolinieritas pada model regresi adalah dengan melihat nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolinieritas adalah nilai Tolerance harus > 0.10 dan nilai VIF < 10 .

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sugiyono (2015) uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji model regresi terjadi kesamaan variansi residual dari pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Apabila variansi residual dari pengamatan satu dengan pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, namun jika variansi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain berubah maka disebut heteroskedastisitas. Pengukuran uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser dengan bantuan SPSS dan Grafik Scatterplot.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji model regresi terjadi kesamaan variansi residual dari pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Apabila variansi residual dari pengamatan satu dengan pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, namun jika variansi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain berubah maka disebut heteroskedastisitas. Pengukuran uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser dengan bantuan SPSS dan Grafik Scatterplot. Pengukuran uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser dengan bantuan SPSS dan Grafik Scatterplot. Berdasarkan gambar penelitian tanda menyebar pada sekitar angka 0 tanpa membentuk pola-pola tertentu.

Analisis regresi linier berganda

Uji ini digunakan untuk mengetahui keterikatan atau jauh dekatnya antar variabel riset yang diteliti untuk menjelaskan apakah ada pengaruh dari variabel e-commerce, sosial media, sistem informasi akuntansi, dan modal usaha terhadap keputusan berwirausaha dengan menggunakan SPSS 25. Dengan rumusan persamaan analisis regresi linier berganda :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \epsilon$$

Tabel 7. Hasil uji regresi linear berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Std. C.beta	t	Sig.
(Constant)	2,835	1,371		2,068	0,041
E-Commerce	0,162	0,072	0,217	2,257	0,026
Sosial Media	-0,031	0,080	-0,044	-0,386	0,700
Sistem Informasi Akuntansi	0,248	0,085	0,292	2,934	0,004
Modal Usaha	0,243	0,080	0,293	3,034	0,003

Sumber: SPSS.25 Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji data yang sudah diolah dengan analisis regresi linier berganda ini menunjukkan bahwa nilai (Constant) sebesar 2,835, e-commerce 0,162, sosial media -0,031, sistem informasi akuntansi 0,248, modal usaha 0,243. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda dengan rumusan sebagai berikut :

$$Y = 2,835 + 0,162X_1 - 0,031X_2 + 0,248X_3 + 0,243X_4 + \epsilon.$$

Nilai constant positif sebesar 2,835 yang menunjukkan pengaruh positif variabel independen (keputusan berwirausaha)

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinan

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berkontribusi terikat yang dinyatakan secara persentase.

Tabel 8. Hasil uji koefisien determinasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,584 ^a	,341	,314	1,460

Hasil koefisien determinan pada kolom Adjusted R Square, menunjukkan sebesar 0,341. Maka dari itu hasil ini menyatakan bahwa variabel bebas meliputi e-commerce, sosial media, sistem informasi akuntansi, dan modal usaha memiliki dampak terikat (keputusan berwirausaha) dengan nilai sebesar 31,4% dan sisa 68,6%.

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh. Pengujian uji F ini untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen..

Tabel 9. Hasil Uji F-statistik

F	<i>Sig.</i>	Keterangan
12,921	,000 ^b	Diterima

Sumber: SPSS.25 Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil dari tabel 9 uji F nilai F-Hitung yang diperoleh 12,921 dengan tingkat signifikan 0,000. Hasil uji menunjukkan Sig < 0,05 yang diartikan pengujian variabel bebas dalam penelitian ini memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

Uji T (Parsial)

Pengujian (Uji t) dilakukan untuk memberikan gambaran besarnya signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu.

Tabel 10. Hasil Uji T-statistik

Variabel	thitung	Sig.
E-Commerce	2,257	0,026
Sosial Media	-0,386	0,700
Sistem Informasi Akuntansi		
	2,934	0,004
Modal Usaha	3,034	0,003

Sumber: SPSS.25 Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil dari tabel 10 hasil dari uji Sig < 0,05 berarti hubungan antara variabel X terhadap variabel Y terdapat suatu pengaruh bergitupun sebaliknya jika nilai Sig > 0,05 berarti tidak ada pengaruh. Nilai Sig variabel pada uji t memperoleh hasil e-commerce sebesar 0,026, sistem informasi akuntansi sebesar 0,004, modal usaha 0,003 sehingga nilai Sig < 0,05 maka dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Sedangkan nilai Sig yang diperoleh variabel sosial media 0,700 sehingga nilai Sig > 0,05 dan menjadikan variabel sosial media tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh E-commerce terhadap keputusan berwirausaha

Persepsi manfaat penggunaan sistem teknologi informasi membuat para wirausaha menjadikan e-commerce sebagai salah satu tempat memulai suatu bisnis dengan kemudahan dalam sistem bisnis yang berbasis teknologi. Berdasarkan hasil dari data yang diolah dengan penelitian regresi linier berganda dengan menggunakan uji t menghasilkan variabel E-Commerce memberikan dampak positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sihombing, M. J. S., & Sulisty, H. . (2021) yang menyatakan bahwa E-Commerce berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Pengaruh Sosial Media terhadap keputusan berwirausaha

Sikap penggunaan teknologi informasi bagi individu melalui sosial media sering kali dijadikan sebagai tempat penyebaran informasi akan tetapi tidak memungkiri sosial media juga dapat menimbulkan berbagai masalah seperti penyebaran informasi palsu dan sehingga dapat menjatuhkan nilai bisnis bagi wirausaha. Hasil dari data yang diolah penelitian regresi linier berganda memperoleh hasil uji t mengenai variabel sosial media memperoleh hasil bahwa tidak berpengaruh positif atau signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha sehingga penggunaan sosial media tidak signifikan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Yeni, R. I. (2022) yang memperoleh hasil bahwa sosial media tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap keputusan berwirausaha

Penerapan SIA dalam memanfaatkan teknologi informasi dalam dunia bisnis bagi wirausaha dapat membantu proses pengelolaan laporan keuangan serta menerapkan sehingga mengetahui proses berjalannya usaha. Berdasarkan hasil dari data yang diolah dengan penelitian regresi linier berganda hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel sistem informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Hal tersebut sejalan dengan penelitian dari Wulandari et al., 2020 yang menyatakan bahwa hasil dari penelitiannya sistem informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

Pengaruh Modal usaha terhadap pengambilan keputusan berwirausaha

Modal usaha menjadikan faktor utama dalam bisnis dengan adanya modal usaha serta memanfaatkan sistem teknologi informasi maka dapat mengembangkan kemajuan bisnis seperti halnya dengan membayar iklan untuk menyebarkan informasi melalui internet sehingga mempermudah wirausaha dalam bidang marketing. Hasil dari penelitian regresi linier berganda hasil uji t mengenai modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan Syaharani, E. P., & Mayangsari, S. (2022) yang menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

6. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat menarik kesimpulan bahwa hasil uji hipotesis t menunjukkan variabel independen E-commerce (X1), Sistem informasi akuntansi (X3), dan Modal Usaha (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha (Y) sedangkan variabel independen Sosial media (X2) memperoleh hasil tidak signifikan terhadap keputusan berwirausaha (Y). Dengan hasil Uji R² dari nilai sebesar 31,4% dan sisanya 68,6%.

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini bagi stie surakarta, peneliti berharap stie surakarta dapat membangun jiwa kewirausahaan kepada para mahasiswa dengan mengembangkan kreativitas memanfaatkan kemajuan teknologi dan menerapkan teknologi di era digital ini serta melalui pembelajaran dari kurikulum yang berkaitan dengan kewirausahaan dan menerapkan seperti menciptakan produk dari hasil karya mahasiswa itu sendiri serta memberi motivasi tinggi dukungan penuh terhadap mahasiswa dengan minat berwirausaha.

DAFTAR REFERENSI

- Amri, A. M. (2020). Sistem informasi akuntansi (beserta contoh penerapan aplikasi SIA sederhana dalam UMKM). Deepublish.
- Hakim, B. R. (2020). Kontribusi mata kuliah kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa pendidikan teknik mesin FPTK UPI (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- HANA, N. P. (2021). Pengaruh karakteristik wirausaha dan modal usaha terhadap perkembangan usaha tenun ulos.
- Hans, M. (2020). Pengaruh E-commerce terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa konsentrasi kewirausahaan Unika Soegijapranata (Doctoral dissertation, Unika Soegijapranata Semarang).
- Masfufah, S. (2019). Pengaruh sikap, media sosial, dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Yudharta Pasuruan (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Ningsih, S. (2022). Pengaruh modal usaha, karakteristik wirausaha, dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Ponteh Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan (Doctoral dissertation, INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA).
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Deyaan dan Kaliando Salatiga. STIE AMA Salatiga.
- Utami, D. M. (2020). Pengaruh pembiayaan mikro dan modal usaha terhadap pengembangan

usaha mikro pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Radial Palembang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam).

- Anggraeni, W. D. (2023). Pengaruh E-Commerce, sistem informasi akuntansi, dukungan keluarga, dukungan kampus dan ketersediaan modal terhadap pengambilan keputusan berwirausaha (Studi kasus pada mahasiswa ITS Mandala). *Riemba-Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(1), 166-182.
- Anakotta, F. M. (2023). Pengaruh persepsi mahasiswa akuntansi terhadap sistem informasi akuntansi dan e-commerce dalam pengambilan keputusan berwirausaha. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(1), 363-373.
- Delvisa, E. (2023). Pengaruh e-commerce, pengetahuan kewirausahaan dan sistem informasi akuntansi pada minat berwirausaha. *Jurnal EMT KITA*, 7(3), 630-636.
- Dewi, R. M. (2021). Pengaruh motivasi, kreativitas, inovasi dan modal usaha terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 93.
- Firdaus, M. (2023). Pengaruh E-Commerce, sistem informasi akuntansi, dukungan keluarga, dukungan kampus dan ketersediaan modal terhadap pengambilan keputusan berwirausaha (Studi kasus pada mahasiswa ITS Mandala). *Riemba-Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(1), 166-182.
- Fitriyah, H. (2023). Pengaruh E-Commerce, modal usaha, ekspektasi pendapatan, dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha dengan self-efficacy sebagai variabel moderasi. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 19(2), 153-164.
- Hidayati, V. R. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD Universitas Mataram. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(1), 17-34.
- Indriyani, R. (2020). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian melalui motivasi konsumen pada produk fast fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25-34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran>.
- Lestari, K. C. (2020). Sistem informasi akuntansi (beserta contoh penerapan aplikasi SIA sederhana dalam UMKM). Deepublish.
- Mayangsari, S. (2022). Pengaruh e-commerce, penggunaan sistem informasi akuntansi, ketersediaan modal, dan dukungan keluarga dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha pada mahasiswa akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1189-1202.
- Nurcahyono, J. (2021). Keputusan berwirausaha alumni pendidikan akuntansi UNIPMA dipengaruhi pengetahuan akuntansi dan jiwa kewirausahaan. *Tangible Journal*, 6(1), 66-76.
- Nurhayati, A. (2020). Implementasi jiwa wirausaha dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Purwakarta. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 87-94.
- Rooy, M. V. (2023). Pengaruh persepsi mahasiswa akuntansi terhadap sistem informasi

akuntansi dan e-commerce dalam pengambilan keputusan berwirausaha. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(1), 363-373.

Sihombing, M. J. S. (2021). Pengaruh e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. *Jurnal Sosial dan Sains*, 1(4), 309-321.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D (Edisi ke-2, cetakan ke-2)*. CV. Alfabeta.

Sulistyowati, N. W. (2021). Keputusan berwirausaha alumni pendidikan akuntansi UNIPMA dipengaruhi pengetahuan akuntansi dan jiwa kewirausahaan. *Tangible Journal*, 6(1), 66-76.

Trihudyatmanto, M. (2019). Membangun minat berwirausaha mahasiswa dengan pengaruh faktor e-commerce, pengetahuan kewirausahaan dan gender. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), 93-103.

Wardani, N. T. (2021). Pengaruh motivasi, kreativitas, inovasi dan modal usaha terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 93.

Wulandari, N. P. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PGSD Universitas Mataram. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(1), 17-34.

Yeni, R. I. (2022). Pengaruh e-commerce, sosial 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*, 7(3), 664-675.

DetikEdu. (2023, August 11). Kominfo: Imbas AI, pengangguran lulusan universitas di Indonesia kembali naik. Detik.com. <https://www.detik.com/edu/edutainment/d-7310555/kominfo-imbasi-ai-pengangguran-lulusan-universitas-di-indonesia-kembali-naik>