

## **ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, *E-COMMERCE*, DAN MODAL USAHA DALAM KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA (Studi pada anggota HIPMI PT Kota Semarang)**

**Nita Kusumawati<sup>a</sup>, Entot Suhartono<sup>b</sup>**

<sup>a,b</sup> FEB / Prodi Akuntansi, entot.suhartono@dsn.dinus.ac.id, Universitas Dian Nuswantoro

### **ABSTRACT**

Indonesia's worsening economic conditions since the Covid-19 pandemic have resulted in many workers losing their jobs and new workers who have not found jobs because many companies have stopped doing business. This increased the open unemployment rate to 7.07% in early 2020 and started to fall to 5.18% in 2021 as the pandemic improved and the economy recovered. One way to reduce the unemployment rate is to create jobs through entrepreneurship, especially among young people, and is supported by the use of advances in e-commerce technology and accounting information systems (AIS). This study aims to analyze the factors that influence prospective young entrepreneurs to make decisions for entrepreneurship. The elements in this study are E-Commerce Utilization, Accounting Information System Facilities, and Business Capital. This study's sample of 169 respondents came from members of 5 (five) HIPMI Universities in Semarang City, namely Undip, Unnes, Unisbank, Upgris, and Udinus. Data collection using questionnaires given to HIPMI College members. The analysis method used is the validity and reliability test, descriptive analysis of respondents' answers, classical assumption test, and multiple linear regression using SPSS application. The results showed that using e-commerce and SIA affects the decision-making for entrepreneurship. At the same time, business capital does not affect decision-making for entrepreneurship.

**Keywords:** accounting information system, e-commerce, venture capital, decision making, entrepreneurship

### **Abstrak**

Kondisi perekonomian Indonesia yang semakin buruk semenjak pandemi Covid-19 berdampak pada banyaknya tenaga kerja yang kehilangan pekerjaan ditambah dengan tenaga kerja baru yang belum mendapat pekerjaan karena banyak perusahaan berhenti berusaha. Hal ini menambah tingkat pengangguran terbuka hingga mencapai 7,07% pada awal tahun 2020 dan mulai turun menjadi 5,18% di tahun 2021 seiring dengan semakin baiknya pandemi dan pulihnya perekonomian. Salah satu cara untuk mengurangi tingkat pengangguran adalah dengan menciptakan lapangan kerja melalui berwirausaha terutama dikalangan anak muda, serta ditunjang dengan pemanfaatan kemajuan teknologi *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi (SIA). Penelitian ini bertujuan untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi calon wirausaha muda mengambil keputusan untuk berwirausaha. Faktor-faktor pada penelitian ini adalah Pemanfaatan *e-commerce*, Fasilitas Sistem Informasi Akuntansi, dan Modal Usaha. Sampel responden pada penelitian ini sebanyak 169 yang berasal dari anggota 5 (lima) HIPMI Perguruan Tinggi Kota Semarang, yaitu Undip, Unnes, Unisbank, Upgris, dan Udinus. Pengumpulan data menggunakan kuisioner yang diberikan pada anggota HIPMI Perguruan Tinggi. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif jawaban responden, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* dan SIA berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Sedangkan modal usaha tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha.

**Kata Kunci:** sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, modal usaha, pengambilan keputusan, wirausaha

**1. PENDAHULUAN**

Jumlah penduduk yang ada di Indonesia makin berkembang pesat sehingga mengakibatkan peluang untuk mendapatkan pekerjaan akan semakin sedikit dan akan berdampak pada perekonomian Indonesia. Kondisi tersebut diperburuk dengan adanya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan banyak sektor terdampak terlebih pada sektor ekonomi banyak tenaga kerja yang terpaksa di PHK dan kehilangan pekerjaan karena perusahaan mengalami pailit maka semakin meningkat angka pengangguran [1]. Hal ini dapat terlihat pada grafik tingkat pengangguran di Indonesia, jumlah pengangguran meningkat secara signifikan pada periode tahun 2020 – 2021 yang semula 5,18% meningkat menjadi 7,07% dan mulai turun pada periode tahun 2022 di mana pandemi mulai mereda.

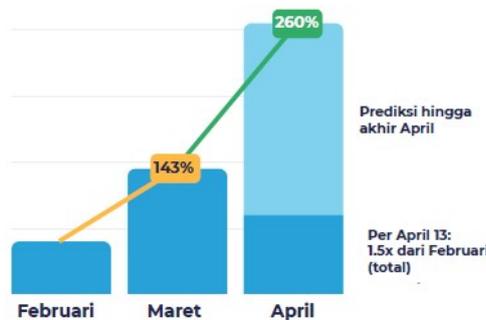


Sumber : WWW.CEICDATA.COM | Central Bureau of Statistics

Gambar 1. Tingkat Pengangguran Terbuka Indonesia

Salah satu cara untuk mengurangi pengangguran adalah dengan menciptakan lapangan kerja melalui berwirausaha, yaitu bagaimana seseorang dengan pemikiran kreatif dan inovatif untuk menciptakan peluang yang berbeda untuk menambahkan nilai tambah atas barang atau jasa [2]. Wirausaha adalah proses menciptakan produk baru yang memiliki nilai jual yang inovatif dan kreatif yang memiliki resiko dan manfaat untuk masyarakat sehingga dapat mendatangkan kemakmuran [3]. Oleh karena itu dunia pendidikan memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan minat berwirausaha generasi muda dengan menambahkan pengetahuan kewirausahaan ke dalam kurikulumnya. Pemerintah juga perlu mendorong kepada masyarakat untuk menciptakan calon wirausaha pada generasi muda melalui program-program pemerintah maupun melalui wadah organisasi Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) yang ada di dalam lingkungan masing-masing perguruan tinggi [4].

Perkembangan teknologi saat ini dapat dimanfaatkan untuk memulai berwirausaha seperti melalui *e-commerce* sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan [3]. E-Commerce dapat membantu beberapa proses bisnis usaha secara online, diantaranya adalah pemasaran dengan jangkauan yang lebih luas, meningkatkan pelayanan kepada konsumen, dan menangani transaksi lebih mudah serta lebih praktis. Hal tersebut ditunjang dengan perkembangan masyarakat Indonesia yang semakin meningkat dalam penggunaan internet dan pemanfaatan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan salah satu solusi bagi pelaku UMKM untuk bertahan di tengah pandemi Covid-19, masyarakat banyak berbelanja secara daring karena penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), hal ini dapat terlihat pada grafik penjualan melalui *e-commerce* yang terus meningkat di masa pandemik bulan Februari tahun 2020 [1].



Sumber : SIRCLO Insight (2020)

Gambar 2. Pertumbuhan penjualan melalui e-commerce di masa pandemi

Selain memiliki jiwa kewirausahaan, para wirausaha muda juga membutuhkan kemampuan pengelolaan keuangan usaha melalui sistem informasi akuntansi untuk meningkatkan kinerja usahanya, seperti mencatat transaksi, memprosesnya secara terperinci dengan mengelompokkan berdasarkan akun yang ada kemudian merangkum, dan konsolidasi serta melaporkannya untuk kebutuhan internal maupun eksternal [4]. Kemampuan pemahaman tentang finansial atau akuntansi serta dukungan teknologi sistem informasi akuntansi, sehingga wirausaha muda dapat meningkatkan kinerja keuangan pada usahanya dan dapat mengembangkan usahanya lebih lanjut lagi.

Modal usaha tidak kalah pentingnya dalam memulai dan menjalankan bisnis, besarnya modal usaha akan mempengaruhi kelancaran usaha [5]. Modal usaha merupakan salah faktor penting dalam jalannya operasional dan keberlanjutan suatu usaha. Modal usaha merupakan faktor pendukung dalam berkembangnya suatu usaha karena modal sangat dibutuhkan wirausahawan yang akan mendirikan atau memperluas usaha yang sudah ada [6]. Modal usaha menjadi pertimbangan para calon wirausahawan dalam mulai usaha, terkadang selalu menjadi hambatan sehingga calon para wirausahawan mulai mempertimbangkan untuk membuka usaha dan akhirnya mengundurkan niat untuk menjadi wirausahawan yang sukses [1].

Penelitian ini bertujuan untuk analisis pengaruh pemanfaatan e-commerce, sistem informasi akuntansi, dan ketersediaan modal usaha dalam memutuskan untuk menjadi wirausaha online studi kasus pada anggota organisasi HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) di Perguruan Tinggi Kota Semarang.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Teori Kontigensi

Teori kontigensi merupakan sebuah teori yang membahas mengenai pendekatan dari pengaruh dari faktor-faktor kontigensi yaitu lingkungan eksternal, teknologi, dan budaya terhadap fungsi organisasi, desain, dan perilaku organisasi [2]. Faktor kontigensi pada penelitian ini adalah faktor teknologi, lingkungan eksternal, dan perilaku organisasi. Teori yang berhubungan dengan perilaku interaksi seseorang untuk penyesuaian dan pengendalian kelangsungan hidup suatu bisnis [7].

Teori kontigensi yang pertama kali dikenalkan oleh Robbins (2001) yaitu suatu pendekatan kepemimpinan yg mendorong pemimpin memahami perilakunya sendiri. Teori ini menyatakan bahwa keefektifan sebuah kepemimpinan adalah fungsi dari beberapa aspek situasi kepemimpinan. Pandangan teori ini pada organisasi, memandang bahwa pada penyelesaian problem organisasi dapat dituntaskan menggunakan memakai metode-metode yang sinkron menggunakan komdisi dan situasi pada saat itu [7].

Teori kontigensi memandang organisasi menjadi sistem terbuka yang memiliki hubungan dengan lingkungan dan lingkungan juga mempengaruhi proses internal organisasi. Organisasi wajib memperbaharui tatanan internal untuk merespon berbagai macam lingkungan sebagai akibatnya timbul adagium tak ada satu cara terbaik buat mengatur. Teori kontigensi berimplikasi pada penelitian ini, di mana bisa mengungkapkan hubungan antara penerapan dalam penggunaan sistem informasi akuntansi serta keperilakuan yang terjadi pada pada suatu organisasi atau perjuangan sehingga mensugesti buat berwirausaha [8].

### 2.2. Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan proses untuk menerapkan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah kemudian mencari peluang baru yang dihadapi orang dalam kehidupan sehari – hari sedangkan berwirausaha merupakan seseorang yang memiliki pemikiran yang kreatif dan tindakan yang inovatif untuk menciptakan sesuatu hal atau peluang yang tidak ada sebelumnya untuk menciptakan nilai tambah atas barang atau jasa [9]. Kewirausahaan merupakan suatu aktivitas yang memanfaatkan sumber daya yang dimiliki seseorang untuk memberikan nilai tambah pada sumber daya tersebut agar menuju pertumbuhan nilai ekonomi secara bertahap [4].

Wirausahawan muda saat ini harus memiliki sikap berwirausaha untuk perkembangan dan keberlangsungan usahanya, seperti pantang menyerah dan berkemauan keras, memiliki keyakinan yang kuat pada kekuatan pribadinya, jujur dan bertanggungjawab, tekun, bekerja keras, memiliki ketahanan fisik dan mental, pemikiran yang konstruktif, serta kreatif [6]. Menurut Sikap berwirausaha merupakan faktor penting dalam berwirausaha, yaitu percaya diri, berani mengambil risiko, menyukai tantangan, kepemimpinan yang kuat, berorientasi pada tugas dan hasil, orisinalitas ide, serta berorientasi pada masa depan [5].

Tambunan (2022) menyatakan bahwa faktor penentu kesuksesan usaha bisnis, yaitu kemampuan mengelola aset utama, sehingga kemampuan mengelola usaha menjadi kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan, yaitu kemampuan untuk melakukan sesuatu yang baru, kemampuan mencari peluang,

keberanian, kemampuan menanggung risiko, serta kemampuan untuk mengembangkan ide dan sumber daya [6].

### 2.3. E-Commerce

*E-Commerce* merupakan suatu tempat atau ruang virtual berbasis digital yang di dalamnya terdapat kegiatan transaksi atau pertukaran informasi antara pembeli dan penjual [10]. E-Commerce adalah salah satu teknologi informasi yang menggunakan komputer dan jaringan internet untuk melakukan kegiatan transaksi antara penjual dan pembeli. Pemanfaatan *e-commerce* memungkinkan pengusaha untuk mengenalkan produknya secara mudah, gratis, dan jangkauan yang luas. Kita dapat mengunggah foto produk untuk menggambarkan produk, lalu menyediakan fasilitas *contact link* [5]. Salah satu bentuk *e-commerce* adalah situs jual beli yang menggunakan teknologi internet sebagai media untuk mempermudah proses transaksi antara penjual dan pembeli yang biasa dikenal dengan *marketplace*. Contoh *marketplace* yang ada saat ini adalah shopee, tokopedia, blibli, lazada, dan banyak lagi [8].

Ada beberapa fasilitas yang dapat dimanfaatkan dari *e-commerce*, diantaranya adalah memperluas jangkauan pasar secara nasional bahkan internasional, tidak membutuhkan banyak modal, pelayanan konsumen lebih cepat, transaksi dapat dilakukan sepanjang 24 jam dan di mana saja berada selama tersambung dengan jaringan internet, dapat menyediakan berbagai macam produk secara lengkap [11].

Menurut Laudon (2017) *e-commerce* memiliki beragam jenis transaksi, diantaranya adalah B2B, B2C, C2C, dan *Collaborative Commerce* [12].

#### **Business to Business (B2B)**

Jenis *e-commerce* yang melakukan transaksi antar perusahaan atau organisasi yang dilakukan di electronic market. B2B ini memiliki berbagai karakteristik, yaitu 1) *Trading partners* yang sudah diketahui pada umumnya memiliki hubungan yang cukup lama, 2) Pertukaran data dapat berlangsung secara berulangkali atau berkala dengan struktur data standar, 3) Salah satu pihak dapat melakukan inisiatif mengirimkan data, tanpa harus menunggu partner terlebih dahulu, 4) Model yang umum digunakan adalah *peer to peer* dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan untuk kedua belah pihak yang berbisnis.

#### **Business to Consumer (B2C)**

*Business to consumers* yaitu jenis *e-commerce* yang transaksinya antara organisasi sebagai penjual dengan individu sebagai pembeli. B2C memiliki karakteristik, yaitu 1) Bisnis ini terbuka untuk umum, di mana informasi yang disampaikan berlaku untuk umum sehingga dapat dijangkau secara bebas dan luas, 2) Jenis layanan yang diberikan bersifat masal sehingga dapat dimanfaatkan oleh orang banyak, 3) Jenis layanan yang diberikan berdasarkan permintaan dari kebutuhan konsumen, 4) Program yang sering digunakan berupa sistem *client-server*.

#### **Consumer to Consumer (B2C)**

*Consumer to Consumer* adalah kegiatan transaksi *e-commerce* yang terdiri antar consumer atau konsumen, di mana konsumen mempromosikan dan menjual produknya dari konsumen ke konsumen.

#### **Collaborative Commerce**

*Collaborative Commerce* merupakan suatu kolaborasi atau kerjasama secara elektronik (online) antar stakeholder bisnis, di mana kolaborasi ini masih dalam satu jalur rantai pasok (*supply chain*).

### 2.4. Sistem Informasi Akuntansi (SIA)

SIA merupakan suatu sistem yang terkait proses bisnis, seperti pencatatan data transaksi, kemudian diproses melalui klasifikasi, merangkum serta konsolidasi sehingga menghasilkan laporan keuangan [13]. Romney (2017) menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi adalah suatu sistem yang terdiri dari pengumpulan, pencatatan, penyimpanan dan pemrosesan beragam data transaksi akuntansi sehingga menghasilkan informasi laporan keuangan [14].

Ada enam komponen yang ada di dalam sistem informasi akuntansi, yaitu : 1) User yang memanfaatkan sistem, 2) Prosedur atau instruksi untuk fungsi mengumpulkan, memproses, menyimpan data, dan menampilkan informasi, 3) Data atau informasi mengenai organisasi beserta proses bisnisnya, 4) Software atau aplikasi yang digunakan untuk memproses data, 5) Infrastruktur seperti komputer beserta perangkat jaringannya, 6) pengendalian internal dan prosedur keamanan yang berguna untuk melindungi sistem.

### 2.5. Modal Usaha

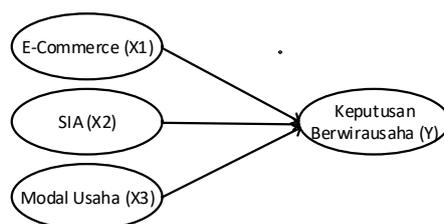
Pengeluaran yang digunakan untuk membiayai proses produksi pada suatu usaha. Pada umumnya para wirausaha baru memulai usahanya dengan modal kecil terlebih dahulu yang berasal dari uang pribadi ataupun hasil pinjaman kredit. Modal usaha merupakan faktor yang penting dalam perkembangan suatu usaha karena sangat dibutuhkan wirausahawan saat akan mendirikan atau mengembangkan usaha yang sudah ada, tanpa modal yang memadai akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha [7]. Modal usaha

terkadang sering menjadi penghambat dan pertimbangan untuk para wirausahawan untuk membuka usahanya kemudian mengundurkan niat untuk menjadi wirausahawan yang sukses [1].

Modal usaha merupakan salah faktor dan sering menjadi masalah bagi para wirausaha. Operasional dan pengembangan usaha dibutuhkan modal secara terus-menerus untuk memastikan ketersediaan bahan dan jasa dalam proses produksi guna memperoleh pendapatan dari transaksi penjualan. Dari awal membuka usaha hingga mengembangkan usaha membutuhkan modal. Sumber dana untuk modal usaha didapati melalui modal pribadi, subsidi negara, badan keuangan yang menyalurkan ke masyarakat. Bentuk modal usaha tidak selalu berbentuk dana, melainkan properti atau alat yang dibutuhkan [15].

### 2.6. Kerangka Konseptual

Kerangka konsep pada penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa anggota HIPMI untuk memutuskan berwirausaha. Adapun faktor-faktor yang akan diteliti adalah pemanfaatan teknologi e-commerce, sistem informasi akuntansi, dan modal usaha seperti yang terlihat pada diagram berikut ini.



Sumber : Hasil olah data primer (2022)

Gambar 3. Kerangka konsep penelitian

E-commerce dapat membantu para calon usahawan untuk menjalankan proses bisnis usahanya, seperti promosi atau transaksi online dengan biaya yang sangat murah dan efektif. Sejak terjadinya pandemi Covid-19 masyarakat lebih memilih untuk memenuhi kebutuhannya secara online karena transaksinya bersifat fleksibel bisa dimana dan kapan saja [5]. Calon usahawan dapat memanfaatkan teknologi SIA pada e-commerce untuk membantu proses bisnis usahanya khususnya pada bidang keuangan dengan mudah dan efektif [16]. Calon usahawan untuk memulai sebuah usaha dibutuhkan suatu modal, modal berwujud dana untuk membiayai usaha. Modal akan berpengaruh kepada kelancaran usaha sehingga dapat mempengaruhi besarnya pendapatan yang akan diperoleh [6].

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel independen (pemanfaatan e-commerce, pemahaman SIA, dan modal usaha) dan variabel dependen (pengambilan keputusan berwirausaha). Adapun definisi operasional masing-masing variabel akan dibahas berikut ini.

#### *E-Commerce*

Variabel ini dapat diukur dengan menggunakan indikator-indikator sebagai berikut [2]: 1) kemudahan akses, 2) kemudahan dalam bertransaksi, 3) keamanan bertransaksi, dan 4) kecepatan layanan yang diberikan.

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

Variabel SIA dapat diukur dengan menggunakan indikator-indikator sebagai berikut [2]: 1) Kemudahan mengakses sistem akuntansi, 2) Akses sistem akuntansi lebih cepat, 2) Pengelolaan keuangan usaha semakin produktivitas, 4) Pengelolaan keuangan usaha semakin efektif, dan 5) Informasi keuangan yang dihasilkan SIA dapat diandalkan.

#### *Modal Usaha*

Variabel Modal usaha dapat diukur menggunakan indikator berikut [15], yaitu 1) Modal usaha sebagai syarat utama berwirausaha, 2) Pemanfaatan modal tambahan, 3) Besaran modal yang dimiliki.

#### *Keputusan Untuk Berwirausaha*

Variabel keputusan untuk berwirausaha dapat diukur menggunakan indikator berikut [2]: 1) Tidak bergantung pada orang lain/mandiri, 2) Memiliki jiwa sosial pada lingkungan sekitar, 3) Memiliki jiwa kepemimpinan, 4) Berorientasi pada masa depan 5) Memiliki ketertarikan untuk memulai usaha.

### 3.2. Populasi dan Sampel

Jenis penelitian ini adalah sintesa kuantitatif faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk berwirausaha dikalangan mahasiswa anggota HIPMI perguruan tinggi di kota Semarang, yaitu HIPMI

Unnes sebanyak 99 orang, HIPMI Undip sebanyak 30 orang, HIPMI Unisbank sebanyak 60 orang, HIPMI UPGRIS sebanyak 28 orang, serta HIPMI Udinus sebanyak 92 orang. Berdasarkan populasi di atas, maka ukuran sampel penelitian berdasarkan Sekaran (2016) yaitu sebesar 169 orang yang akan dijadikan responden [17].

### 3.3. Metode Analisis

Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert sebagai skor setiap jawaban responden. Metode analisis pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif yang terdiri dari analisis deskriptif jawaban responden, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik normalitas, dan uji regresi linier berganda.

#### *Uji Validitas dan Reliabilitas*

Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang terdapat di kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang dibutuhkan atau diukur dalam kuesioner tersebut. Kuesioner penelitian ini dapat dikatakan valid apabila setiap indikator dari variabel memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan menggunakan uji korelasi *product moment* [18].

Uji reliabilitas ini berfungsi untuk mengetahui apakah kuesioner penelitian ini dapat dikatakan reliabel atau handal. Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner penelitian yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan handal atau dapat dipertanggungjawabkan (reliabel) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan kuesioner yang diajukan adalah konsisten dari waktu ke waktu [18]. Kuesioner data dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,70$ .

#### *Uji Normalitas*

Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui apakah data yang digunakan terdistribusi normal atau tidak, jika nilai signifikansinya  $> 0,05$  maka terdistribusi normal [18]. Uji normalitas ini menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal sebaliknya jika nilai signifikansinya  $< 0,05$  maka data yang digunakan tidak terdistribusi normal.

#### *Uji dan Analisis Linier Berganda*

Uji dan Analisis linier berganda dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat [18]. Adapun persamaan regresi mengandung unsur variabel independen dan dependen sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

- Y = Keputusan untuk Berwirausaha
- $\beta_{1,2,3}$  = Koefisien Setiap Variabel
- $X_1$  = Pemanfaatan E-commerce
- $X_2$  = Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi
- $X_3$  = Modal Usaha

#### *Uji Kebaikan Model*

Koefisien determinasi berguna untuk mengukur kemampuan model regresi dalam menjelaskan seberapa besar atau kontribusi pengaruh variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat atau yang biasa disebut *R Square*. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 hingga 1 jika nilai mendekati 1 artinya semua variabel bebas memiliki kemampuan untuk menjelaskan yang dibutuhkan untuk variabel terikat, sebaliknya jika nilai menjauhi 1 dan mendekati - (negatif) maka variabel bebas tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan yang dibutuhkan untuk variabel terikat [18].

Uji simultan (Uji F) berguna untuk melihat apakah terdapat pengaruh dari seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen nilai yang digunakan adalah 0,05. Jika nilai signifikansinya dari uji F adalah  $< 0,05$  maka semua variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya jika nilai signifikansinya dari uji F  $> 0,05$  maka semua variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen dan penelitian tidak bisa dilanjutkan karena model penelitian yang diajukan tidak memenuhi kriteria atau model penelitian tidak baik [18].

#### *Uji Hipotesis (Uji t)*

Uji hipotesis ini digunakan untuk membuktikan besar pengaruh yang diberikan variabel independen pada variabel dependen. Jika nilai signifikansi uji t  $> 0,05$  maka variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen sebaliknya jika nilai signifikansi uji t  $< 0,05$  maka variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner untuk memperoleh data dari responden. Untuk memastikan bahwa kuesioner dinyatakan valid untuk mengukur variabel penelitian dan data yang diperoleh dapat diandalkan untuk penelitian, maka penelitian ini melakukan uji validitas (*pearson product moment*) dan reliabilitas *cronbach's alpha* [19].

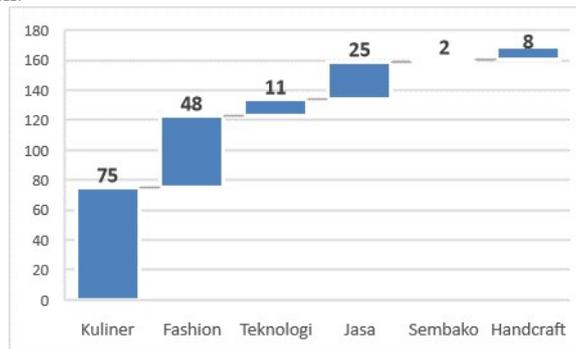
Uji validitas dengan Pearson Product Moment), yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{table}$  (Ghozali, 2013). Diketahui jumlah sampel (N) adalah sebanyak 169 responden dan nilai  $\alpha = 5\%$ , maka nilai  $r_{hitung}$  adalah 0,1270. Hasil uji validitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Hasil uji validitas variabel

Indikator	$r_{hitung}$	$r_{table}$	Cronbach's Alpha
<b>E-Commerce</b>			
Variabel			
X1.1	0,455		
X1.2	0,394		
X1.3	0,511	0,127	0,867
X1.4	0,516		
<b>SIA</b>			
Variabel			
X2.1	0,551		
X2.2	0,583		
X2.3	0,574	0,127	0,864
X2.4	0,588		
X2.5	0,592		
<b>Modal Usaha</b>			
Variabel			
X3.1	0,452		
X3.2	0,475		
X3.3	0,484	0,127	0,868
X3.4	0,465		

Sumber : Hasil olah data primer (2022)

Tabel 1 hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari semua indikator variabel lebih besar dari nilai  $r_{table} = 0,127$  artinya bahwa semua indikator variabel yang digunakan pada kuesioner penelitian dinyatakan valid. Sedangkan untuk uji reliabilitas yaitu dengan membandingkan nilai *cronbach's alpha* dengan nilai 0,7. Berdasarkan Tabel 1 diketahui semua variabel pada penelitian ini memiliki nilai *cronbach's alpha* di atas 0,7. Hal ini berarti variabel penelitian dinyatakan reliabel dan data yang diperoleh dari responden dapat diandalkan untuk penelitian.



Sumber : Hasil olah data primer (2022)

Gambar 4. Grafik Karakteristik Bidang Usaha Responden

4.2 Analisis Jawaban Responden

Berdasarkan hasil jawaban responden melalui kuesioner, semua responden sudah mendapatkan pengetahuan kewirausahaan melalui praktek pelatihan dan kuliah di kampus masing-masing. Selain itu dari aspek karakter bidang usaha (lihat Gambar 4), diketahui sebanyak 59,8% responden sudah memiliki dan menjalankan usaha selama 1 tahun dan sisanya sebesar 40,2% sudah menjalankan usaha lebih dari 1 tahun. Berdasarkan jenis atau karakteristik bidang usaha yang dipilih oleh responden, diketahui paling banyak memilih usaha kuliner 75 orang dan fashion 48 orang.

Jawaban responden pada Tabel 2 mengenai pemanfaatan teknologi transaksi dengan e-commerce sebagai faktor yang mempengaruhi mahasiswa memutuskan berwirausaha, hasil menunjukkan rata-rata jawaban responden yang menjawab Setuju sebanyak 66 atau Sangat Setuju sebanyak 91 dengan skor 4,63 artinya sebagian besar responden mahasiswa HIPMI kota Semarang menganggap penggunaan teknologi e-commerce sangat membantu sekali dalam berwirausaha terutama dalam transaksi online maupun fasilitas lainnya seperti digital marketing (Nurabiah, 2021).

Tabel 2. Rata-rata jawaban responden dan skor

Faktor	STS	TS	N	S	SS	Skor
Pemanfaatan E-Commrce	0	0,75	11,3	66	91	4,63
Pemanfaatan Teknologi SIA	0	0	7,2	76,6	85,2	4,48
Modal Usaha	0	0,25	5,75	78	85	4,46
<b>Rata-rata Skor</b>						<b>4,52</b>

Sumber : Hasil olah data primer (2022)

STS = Sangat Tidak Setuju; TS = Tidak Setuju; N = Netral; S = Setuju; SS = Sangat Setuju

Rata-rata jawaban responden terkait faktor pemanfaat teknologi SIA untuk pengelolaan keuangan atau akuntansi terbanyak adalah Setuju sebanyak 76,6 dan Sangat Setuju sebanyak 85, kemudian total rata-rata skornya adalah 4,48 artinya sebagian besar responden mahasiswa HIPMI kota Semarang menganggap menggunakan SIA sangat membantu sekali dalam mengelola keuangan atau akuntansi bisnis usaha yang dikelolanya [5].

Berdasarkan Tabel 2 pada faktor Modal Usaha, rata-rata jawaban responden terbanyak adalah Setuju sebanyak 78 dan Sangat Setuju sebanyak 85,2, kemudian rata-rata skornya adalah 4,46 artinya sebagian besar responden mahasiswa HIPMI kota Semarang menganggap modal usaha adalah suatu hal yang sangat penting untuk memulai berwirausaha [6].

#### 4.3 Uji Normalitas dan Analisis Model Regresi

Salah syarat data agar dapat digunakan untuk analisis regresi adalah data penelitian harus terdistribusi normal [18]. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan nilai Kolmogorov-smirnov. Berdasarkan Tabel 3 diketahui nilai *Asymp. Sign.* adalah sebesar 0,761 lebih besar dari 0,05 artinya data penelitian terdistribusi normal sehingga data penelitian sudah memenuhi syarat untuk analisis regresi linier.

Tabel 3 Uji Normalisasi, koefisien regresi linier berganda, dan fit model

	B	t	Sign.
(constant)	8,670	4,085	0,000
X1	0,263	2,281	0,005
X2	0,307	4,147	0,000
X3	0,113	1,132	0,259
<b>Kolmogorov-Smirnov Z</b>			0,669
<b>Asymp. Sign. (2 tailed)</b>			0,761
<b>F</b>	15,198	<b>Sign.</b>	0,000
<b>Adj. R square</b>			0,202

Sumber : Hasil olah data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 3 maka dapat dibuat persamaan regresi pada penelitian ini adalah:

$$Y = 8,670 + 0,263X1 + 0,307X2 + 0,113X3 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 8,670 dapat diartikan jika semua nilai koefisien dari variabel X atau bebas (E-Commerce, SIA, Modal Usaha) adalah tetap atau sama dengan nol, maka nilai variabel Y atau terikat (Keputusan Berwirausaha) adalah 8,670.

Koefisien variabel X1 (Pemanfaatan E-Commerce) adalah 0,263 dapat diartikan jika nilai koefisien variabel Pemanfaatan E-Commerce mengalami kenaikan sebanyak satu satuan maka koefisien variabel Keputusan berwirausaha akan ikut naik satu satuan. Koefisien variabel X2 (Pemanfaatan SIA) adalah 0,307 hal ini berarti jika nilai koefisien variabel Pemanfaatan SIA naik sebanyak satu satuan maka koefisien variabel Keputusan berwirausaha akan ikut naik satu satuan. Demikian juga dengan Koefisien variabel X3 (Modal Usaha) adalah 0,113 dapat diartikan jika nilai koefisien variabel Modal Usaha mengalami kenaikan sebanyak satu satuan maka koefisien variabel Keputusan berwirausaha akan ikut naik satu satuan.

Secara keseluruhan dapat dijelaskan bahwa peningkatan nilai variabel bebas Pemanfaatan E-Commerce, Pemanfaatan SIA, dan Pentingnya Modal Usaha akan semakin meningkat pula keputusan untuk berwirausaha, hal ini sesuai dengan hasil uji fit model (uji F) yang dapat dilihat pada Tabel 3 di mana nilai

signifikan pada uji F sebesar 0,000 yang artinya model penelitian ini adalah fit atau sudah baik. Tetapi variabel bebas pada model penelitian ini hanya memberikan kontribusi 20% (lihat Tabel 3 nilai Adj. R Square 0,202) dalam memberi pengaruh dalam pengambilan keputusan berwirausaha.

#### **4.4 Pengaruh pemanfaatan e-commerce terhadap keputusan berwirausaha**

Berdasarkan hasil uji statistik (Tabel 3) nilai signifikan variabel pemanfaatan e-commerce adalah sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05 artinya hipotesis (H1) terdapat pengaruh pemanfaatan e-commerce terhadap keputusan berwirausaha diterima. Demikian juga dengan hasil nilai koefisien variabel pemanfaatan e-commerce adalah 0,263 artinya semakin baik mahasiswa dalam memanfaatkan e-commerce maka akan semakin mempengaruhi dan yakin untuk memutuskan untuk berwirausaha.

Berdasarkan Tabel 2 dengan nilai rata – rata variabel pemanfaatan e-commerce sebesar 4,63 artinya responden mahasiswa memiliki persepsi pemanfaatan teknologi e-commerce membuat transaksi lebih mudah sehingga responden mengambil keputusan untuk berwirausaha. Responden juga berpersepsi pemanfaatan e-commerce dapat dilakukan dimana dan kapan saja, transaksi lebih aman, proses pelayanan cepat sehingga responden mengambil keputusan untuk berwirausaha.

Teknologi E-commerce memberikan dampak yang penting bagi para pengusaha dalam berwirausaha. Pemanfaatan teknologi e-commerce dapat meningkatkan efektifitas penjualan, dapat menarik pengunjung, dapat mempermudah komunikasi dan interaksi, dapat meningkatkan penjualan barang – barang, dan dapat meningkatkan efisiensi kerja [5]. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian ini dan sesuai dengan dasar teori kontingensi dimana faktor kontingen seperti teknologi e-commerce dapat mempengaruhi perilaku organisasi atau pelaku usaha muda yaitu mahasiswa anggota HIPMI PT dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Hakim (2020) di mana terdapat pengaruh e-commerce terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha [2]. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh [7], [8], [1], dan [20] di mana hasil penelitiannya e-commerce berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Sehingga dapat dibuat kesimpulan semakin meningkat pemahaman mengenai pemanfaatan E-Commerce maka minat dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha juga akan meningkat.

#### **4.5 Pengaruh pemanfaatan SIA terhadap keputusan berwirausaha**

Berdasarkan hasil uji statistik (Tabel 3) nilai signifikan variabel pemanfaatan SIA adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya hipotesis (H2) terdapat pengaruh pemanfaatan teknologi SIA terhadap keputusan berwirausaha diterima. Demikian juga dengan hasil nilai koefisien variabel pemanfaatan e-commerce adalah 0,307 artinya semakin baik mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi SIA maka akan semakin mempengaruhi dan yakin untuk memutuskan untuk berwirausaha.

Berdasarkan Tabel 2 dengan nilai rata – rata variabel pemanfaatan e-commerce sebesar 4,48 artinya responden mahasiswa memiliki persepsi pemanfaatan teknologi SIA membuat pencatatan transaksi lebih mudah sehingga responden mengambil keputusan untuk berwirausaha. Responden juga berpersepsi pemanfaatan teknologi SIA produktivitas pengelolaan keuangan usaha lebih baik, selain itu responden mahasiswa berpersepsi juga bahwa dengan adanya teknologi SIA lebih efektif, dan dapat memantau keuntungan atau laba usaha sehingga responden dapat mempengaruhi mengambil keputusan untuk berwirausaha.

Pemanfaatan teknologi SIA yang mudah dipahami dan diterapkan secara baik, pengelolaan keuangan usaha atau pencatatan transaksi dapat diselesaikan secara tepat waktu, lebih teliti, proses menginput data transaksi lebih mudah. Hasil penelitian ini sesuai dengan dasar teori yang digunakan yaitu teori kontingensi dimana faktor kontingen seperti teknologi SIA dapat mempengaruhi perilaku organisasi yaitu mahasiswa anggota HIPMI PT dalam hal pengambilan keputusan untuk berwirausaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian [5] di mana terdapat pengaruh pemanfaatan SIA dalam keputusan untuk berwirausaha. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh [2], [1], [8], dan [3] bahwa pemanfaatan teknologi SIA mempengaruhi pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin meningkatnya pemahaman mengenai pemanfaatan sistem informasi akuntansi maka minat dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha juga akan meningkat.

#### **4.6 Pengaruh modal usaha terhadap keputusan berwirausaha**

Hasil uji statistik yang ditunjukkan pada Tabel 3 bahwa nilai signifikan variabel modal usaha adalah sebesar 0,259 lebih besar dari 0,05 artinya hipotesis (H3) terdapat pengaruh modal usaha terhadap keputusan untuk berwirausaha ditolak. Hal ini diperkuat dengan rata-rata skor jawaban responden mengenai modal usaha

terkecil dibandingkan dengan rata-rata skor dua variabel lainnya, artinya responden mahasiswa memiliki persepsi bahwa modal usaha bukan menjadi faktor yang mempengaruhi untuk memilih berwirausaha. Walaupun demikian masih ada responden berpersepsi bahwa modal usaha itu penting untuk memulai usaha, tetapi bukan menjadi faktor satu-satunya yang mempengaruhi untuk berwirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [5], di mana modal usaha tidak berpengaruh terhadap keputusan untuk berwirausaha.

Kesimpulannya bahwa faktor modal usaha tidak mempengaruhi responden dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha, responden tetap memutuskan berwirausaha meski tanpa adanya modal usaha. Hal ini bisa terjadi karena di era e-commerce sekarang ini dimungkinkan orang melakukan wirausaha dengan sistem sistem reseller dan dropshiper di mana responden tetap bisa menjalankan usaha meski modal usaha yang sangat minim. Selain itu adanya sistem kepercayaan pihak investor untuk mempercayakan responden untuk menjalankan sebuah usaha.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uji dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan e-commerce dan teknologi SIA saat ini sangat mempengaruhi wirausaha muda dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha. Namun tidak demikian dengan modal usaha bukan menjadi faktor yang mempengaruhi bagi wirausaha muda dalam memutuskan untuk berwirausaha. Hal ini dimungkinkan karena adanya sistem bisnis baru, yaitu reseller dan dropshiper yang tidak membutuhkan modal sendiri, bahkan sekarang banyak pihak investor yang dapat memberikan suntikan modal usaha. Model penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu pemanfaatan e-commerce, pemahaman SIA, dan modal usaha yang dapat mempengaruhi keputusan untuk berwirausaha, tetapi kontribusi pengaruhnya masih sangat kecil hanya 20%, berarti masih banyak faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan berwirausaha. Penelitian kedepan perlu adanya penambahan variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi keputusan berwirausaha, seperti faktor dari internal diri pelaku usaha itu sendiri dan faktor dari eksternal terkait kemudahan untuk berwirausaha, seperti infrastruktur, pelatihan, dan lain-lainnya.

### Ucapan Terima Kasih

Jika perlu berterima kasih kepada pihak tertentu, misalnya sponsor penelitian, nyatakan dengan jelas dan singkat, hindari pernyataan terima kasih yang berbunga-bunga.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. Nurlaila and H. Fitriyah, "Pengaruh E-Commerce, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Modal Usaha Dalam Pengambilan Keputusan Mahasiswa Untuk Berwirausaha," *Bus. Econ.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–13, 2019.
- [2] H. F. N. and Y. Syahfrudin A., "Analisis Pengaruh E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha," *Ris. Manaj. Dan Akunt.*, vol. 11, p. 24, 2020.
- [3] I. A. Anugrah and I. T. Prianthara, "Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha," *J. Ilm. Akunt. Bisnis*, vol. 3, p. 198, 2018.
- [4] D. Agusmiati and A. Wahyudin, "Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian, dan Motivasi, Terhadap Minat Berwirausaha dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderating," *Econ. Educ. Anal. J.*, vol. 7, no. 3, pp. 878–893, 2019.
- [5] E. R. L. Sari and D. Pravitasari, "Pengaruh Persepsi E-Commerce, Modal Usaha, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keputusan Berwirausaha di Pandemi Covid-19," *Own. Ris. Dan J. Akunt.*, vol. 6, no. 3, pp. 2953–2964, 2022, doi: 10.33395/owner.v6i3.868.
- [6] F. Tambunan, "Pengaruh Modal Usaha terhadap Sikap Berwirausaha dan Peran Orang tua sebagai Variabel Moderating," *J. Maksipreneur Manajemen, Koperasi, dan Entrep.*, vol. 12, no. 1, pp. 115–128, 2022.
- [7] M. K. Dewi and N. L. S. Widhiyani, "The Influence of Self Efficacy, E-Commerce and Entrepreneurial Education in Decision Making for Entrepreneurs (Case Study of Accounting Major Students)," *Int. J. Manag. Commer. Indones.*, vol. 8, no. 2, pp. 124–131, 2021.
- [8] Nurabiah, H. P., and Y. M., "E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Faktor Pendorong Pengambilan Keputusan Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha," *JAA*, vol. 5, no. 2, pp. 238–253, 2021.

- [9] R. Saragih, "Membangun Usaha Kreatif, Inovatif dan Bermanfaat melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial," *J. Kewirausahaan*, vol. 3, no. 2, pp. 26–34, 2017.
- [10] R. Romindo *et al.*, *E-Commerce Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Medan: Penerbit Yayasan Kita Menulis, 2019.
- [11] D. M. A. Akbar and S. N. Alam, *E-Commerse Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [12] K. C. Laudon and C. G. Traver, *E-Commerce 2016 business, tecnology, Sociey*, 12th ed. England: British Library Cataloguint-in, 2017.
- [13] F. Kosadi, R. C. Jaya, and D. Hamdani, "Intensi adopsi e-commerce dan aplikasi sistem akuntansi," *J. Akunt. Aktual*, 2021, [Online]. Available: <http://journal2.um.ac.id/index.php/jaa/article/view/17964>
- [14] M. Romney, *Sistem Informasi Akuntansi*, 13th ed. Jakarta: Salemba Empat., 2017.
- [15] E. Sirait and A. A. D. Setiyoningru, "Pengaruh Modal Usaha dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Kemaritiman di Masa Pandemi Covid-19," *J. Ekon. Sos. Hum.*, vol. 3, no. 5, pp. 87–98, 2022, [Online]. Available: <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/690>
- [16] L. B. Mardani and E. Suhartono, "Analisis Pengaruh Sistem Informasi Keuangan Dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah," *J. Ilmu Manaj. dan Akunt. Terap.*, vol. 10, no. 2, pp. 177–188, 2019.
- [17] U. Sekaran and R. Bougie, *Research Methods For Business : A Skill- Building Approach*. John Wiley & Sons, 2016.
- [18] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- [19] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, 2017.
- [20] A. I. Rahmansyah and D. Darwis, "Sistem Informasi Akuntansi Pengendalian Internal Terhadap Penjualan (Studi Kasus: Cv. Anugrah Ps)," *J. Teknol. Dan Sist. ...*, 2020, [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/388>