

Pengaruh *E-Commerce, Digital Payment, Self-Efficacy* dan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2020)

Agmi Rahayu Fahmi¹, Fauzan^{2*}

^{1,2*} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia.

Abstrak. Tujuan penelitian ini ialah menganalisis pengaruh e-commerce, digital payment, self-efficacy dan sistem informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan berwirausaha (studi kasus pada mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2020). Jenis penelitian ini ialah kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2020 dengan jumlah sebanyak 492 mahasiswa. Data tersebut diperoleh dari web resmi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Teknik pengumpulan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling. Penelitian ini menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji hipotesis, uji t, uji f, dan uji koefesien determinasi(R2). Hasil penelitian ini ialah bahwa E-Commerce tidak berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha. Digital Payment tidak berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha. Self-Efficacy berpengaruh positif terhadap Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha. Sistem Informasi Akuntansi tidak berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha.

Kata kunci: *E-Commerce; Digital Payment; Self-Efficacy; Sistem Informasi Akuntansi; Pengambilan Keputusan Berwirausaha.*

Abstract. The purpose of this study was to analyze the effect of e-commerce, digital payment, self-efficacy and accounting information systems on entrepreneurial decision making (case study on Accounting students of Universitas Muhammadiyah Surakarta class of 2020). This type of research is quantitative. The population used in this study is accounting students of Universitas Muhammadiyah Surakarta class of 2020 with a total of 492 students. The data was obtained from the official website of Universitas Muhammadiyah Surakarta. The sample collection technique in this study used nonprobability sampling techniques. This study uses primary data. The data collection technique in this study used questionnaire data. Data analysis techniques used are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, hypothesis testing, t test, f test, and determination coefficient test (R2). The results of this study are that E-Commerce has no effect on Decision Making for Entrepreneurship. Digital Payment has no effect on Decision Making for Entrepreneurship. Self-Efficacy has a positive effect on Decision Making for Entrepreneurship. Accounting Information System has no effect on Decision Making for Entrepreneurship.

Keywords: *E-Commerce; Digital Payment; Self-Efficacy; Accounting Information System; Entrepreneurial Decision Making.*

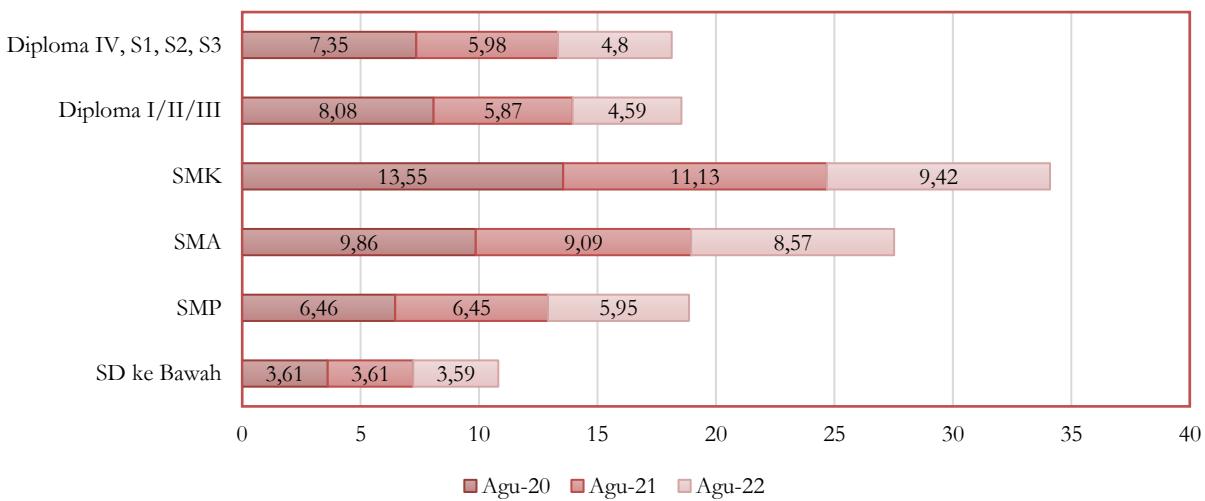
* Corresponding Author. Email: fau136@ums.ac.id ^{2*}.

Pendahuluan

Permasalahan akan meningkatnya pengangguran di Indonesia sudah sejak lama diperhatikan oleh pemerintah. Tingkat pengangguran yang semakin tinggi memberikan dampak pada pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Banyaknya sumber daya manusia menjadikan tingkat pengangguran di Indonesia kian meningkat. Tingkat pengangguran terbuka pada Agustus 2022 adalah 5,86 persen, atau 8,42 juta orang, dari 143 juta lebih orang yang bekerja di Indonesia pada periode tersebut, menurut catatan (BPS,

2024). Pada bulan Agustus 2022, jumlah pengangguran turun sekitar 680.000 dari tahun sebelumnya, yang mencapai 9,1 juta. Pada Februari 2022, tingkat pengangguran lulusan universitas mencapai 884.769 orang. Dari 848.657 orang pada Agustus 2021, ada peningkatan 36.112 orang. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pengangguran di kalangan pelajar Indonesia terus meningkat karena keterampilan lulusan tidak memenuhi persyaratan kerja yang ada, kesempatan kerja yang minim, dan ekspektasi memperoleh pendapatan serta pekerjaan paling bergengsi.

Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Tingkat Pendidikan Tertinggi



Gambar 1. Tingkat Pengangguran Terbuka menurut Tingkat Pendidikan Tertinggi
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), Agustus 2022

Menurut data BPS Surakarta (2023) jumlah pengangguran di Surakarta pada tahun 2023 berjumlah 14.870 orang. Jumlah tersebut setara dengan 5,83 persen dari total angkatan kerja Surakarta sebanyak 255.225 orang. Jumlah pengangguran di Surakarta mengalami penurunan dibandingkan tahun 2022, yang mencapai 16.692 orang. Pada pertengahan tahun 2000-an, pemerintahan mulai berevolusi. Dunia usaha diharapkan dapat membangun masyarakat yang inovatif dan kreatif, yang akan menghasilkan peningkatan lapangan kerja setiap tahunnya (Ekawarna *et al.*, 2019). Di Indonesia, khususnya di Surakarta, saat ini sedang dilakukan upaya untuk mengurangi pengangguran dengan cara menanamkan semangat kewirausahaan pada generasi muda.

Menurut (Fernando & Handoyo, 2022) era digital membuat pemanfaatan teknologi semakin maju dari tahun ke tahun, namun di Indonesia hal ini masih belum dimanfaatkan dengan maksimal oleh masyarakat. Perkembangan teknologi telah mengubah kehidupan manusia menjadi lebih mudah, mulai dari urusan berkonsultasi dengan dokter, pemesanan tiket perjalanan, sampai kegiatan berwirausaha. Kewirausahaan adalah suatu aktivitas dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki seseorang atau organisasi yang bertujuan memberikan nilai tambah pada sumber daya tersebut menuju pada pertumbuhan nilai (*value*) ekonomi secara berkelanjutan(Yeni, 2022).

Kemudahan teknologi saat ini seharusnya menjadi upaya dalam mengatasi tingkat pengangguran di Indonesia. Sehingga perlunya meningkatkan jiwa keinginan untuk berwirausaha di kalangan generasi muda terutama mahasiswa. Menurut Putri & Wardana (2023) menyatakan minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan individu untuk bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa takut dengan resiko yang akan terjadi. Menciptakan jiwa seorang wirausaha tidak hanya dengan bakat saja, melainkan perlu adanya keahlian agar usaha yang akan dijalankan mampu bersaing dan bertumbuh di kalangan luas (Wildani, 2022). Oleh karna itu, lembaga Pendidikan sangat penting untuk bisa menumbuhkan jiwa wirausaha bagi generasi muda pada saat ini (Taufiq & Indrayeni, 2022). Perguruan tinggi harus bisa memberikan dorongan kepada mahasiswa, jika selain mencari pekerjaan kita bisa memilih karir sebagai wirausaha. Dengan berkariir sebagai wirausaha, selain memperoleh penghasilan kita juga bisa menciptakan lapangan pekerjaan sendiri.

Menurut Putri & Wardana (2023), kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai kerajinan dan inovasi yang digunakan untuk membuat produk. Menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah yang akan bermanfaat bagi masyarakat selain menguntungkan pengusaha itu sendiri. Sederhananya, "seseorang yang mempunyai ambisi atau kemauan yang kuat untuk memasuki dunia bisnis dan layak untuk dijadikan teladan hidup". Menurut Sahi *et al* (2021), seorang wirausahawan harus memiliki tekad dan keinginan untuk mencapai tujuan bisnisnya.

Menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa dilakukan sebagai cara lain untuk mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Untuk menghindari hal tersebut maka mahasiswa sebagai generasi milenial memerlukan keterampilan dan pengetahuan yang handal, cerdas, kreatif dan adaptif diperlukan untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi lingkungan Dunia Industri 4.0. Salah satu tren saat ini di Industri 4.0 adalah kemajuan teknologi informasi. Menurut Yeni (2022), teknologi informasi sangatlah

penting. Penting bagi pengusaha untuk memanfaatkan hal ini untuk mendukung keberlanjutan di dunia usaha yang semakin kompetitif. Ketika akses Internet menjadi lebih mudah, tembok-tembok dunia kita menjadi lebih kecil dan tanpa batas, termasuk belanja online atau bisnis.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan persaingan dalam dunia usaha sangat diperlukan pemanfaatan berbagai aplikasi atau teknologi informasi, dan salah satu yang digunakan adalah perdagangan elektronik (*e-Commerce*). Menurut Sholih *et al* (2022), *e-commerce* merupakan bagian dari perdagangan elektronik yang cakupannya lebih luas, tidak hanya perdagangan tetapi juga kerjasama antar mitra usaha, jasa dan informasi terkait pekerjaan. Pesatnya pertumbuhan *e-commerce* telah menciptakan tren baru dalam perekonomian Indonesia. Hal ini juga diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan perekonomian negara (Jassin & Dewi, 2023). Dengan hadirnya *e-commerce* sebagai salah satu metode pendukung dalam memulai bisnis, banyak bermunculan peluang bisnis baru yang memungkinkan berbelanja kapan saja dan dimana saja hanya dengan smartphone. Karena kemudahan dan kepraktisannya, *e-commerce* ini menjadi pilihan populer bagi banyak orang untuk memulai bisnis. Dengan semakin banyaknya kemampuan kita untuk terhubung ke Internet, dunia semakin tidak ada batasnya, termasuk dalam hal bertransaksi atau berbelanja secara online. Untuk penjual, *e-commerce* menawarkan banyak peluang karena memungkinkan mereka untuk berbisnis di media sosial atau dunia maya yang menghubungkan orang-orang dari seluruh dunia. Penelitian yang dilakukan oleh (Fernando & Handoyo, 2022; Sholih *et al*, 2022; Sihombing & Sulistyo, 2021), memberikan bukti empiris bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Melakukan transaksi dengan menggunakan perangkat elektronik disebut *e-commerce*, sedangkan *Digital Payment* adalah sistem pembayaran yang dilaksanakan secara elektronik. *E-wallet* berkembang dengan cepat dalam industri pembayaran digital. *E-wallet* populer di Indonesia seperti OVO, GoPay, DANA, LinkAja yang masing-masing memiliki

basis pengguna yang sangat besar. Bagi generasi milenial, menggunakan *e-wallet* sudah menjadi gaya hidup. Seiring dengan meningkatnya jumlah orang yang menggunakan Internet, hal ini mendorong pasar online yang terus berkembang. Dengan munculnya pasar-pasar yang saat ini mendominasi pasar Indonesia, peran pembayaran digital semakin penting di era ini. Penelitian yang dilakukan oleh (Handayani *et al.*, 2023; Musthofa, 2020; Sahi *et al.*, 2021) memberikan bukti empiris bahwa *digital payment* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Faktor lain yang dapat meningkatkan minat berwirausaha siswa adalah *self-efficacy*. Menjadi seorang wirausaha memerlukan tekad, kemampuan, dan rasa percaya diri (*Self-Efficacy*) yang kuat pada perusahaan yang akan dikelola. Keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka untuk memecahkan masalah dikenal sebagai *self-efficacy*. Seseorang yang memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi akan memiliki lebih banyak keinginan untuk bekerja. Ini dapat terjadi bagi mereka yang ingin menjadi wirausahawan (Hidayah & Fitriyah, 2023). Ada tiga komponen yang menjelaskan perbedaan efikasi diri setiap orang. Level adalah tingkat kesulitan tugas, yang menunjukkan betapa sulitnya tugas tersebut; kekuatan (*strength of belief*), yang menunjukkan kuatnya keyakinan individu terhadap kemampuannya; dan generalisasi, yang menunjukkan luasnya bidang perilaku di mana individu yakin akan kemampuannya. Penelitian yang dilakukan oleh (Jassin & Dewi, 2023; Taufiq & Indrayeni, 2022) memberikan bukti empiris bahwa *self-efficacy* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Karena kesalahan yang disebabkan oleh proses pengolahan data manual tidak lagi relevan dan akurat dalam dunia bisnis modern, kesalahan yang disebabkan oleh proses pengolahan data manual tidak lagi dapat dinetralkan. Oleh karena itu, kehadiran SIA saat ini semakin penting bagi perusahaan. Menurut Ibrahim & Muslimin (2022), tata cara penyusunan laporan perekonomian daerah memerlukan teknologi informasi yang memadai, seperti sistem informasi akuntansi. Penelitian yang dilakukan oleh (Hidayah & Fitriyah, 2023; Sihombing & Sulistyo, 2021) memberikan bukti empiris

bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang dapat menyebabkan hal tersebut mempengaruhi keputusan mahasiswa memilih kewirausahaan pada khususnya mahasiswa akuntansi. Mahasiswa akuntansi dikenal sebagai mahasiswa yang ingin berkarir di perusahaan besar seperti kantor akuntan, Kementerian Keuangan dan Perbankan. Sebab, lebih bergengsi dan mendapatkan gaji yang besar. Diharapkan bahwa mahasiswa akuntansi ingin mendirikan bisnis sendiri atau berwirausaha karena sebagian besar dari mereka tidak akan dapat bersaing untuk posisi tersebut. Menurut Dorahman & Sa'odah (2019), ada faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pembentukan jiwa. Faktor internal termasuk komponen yang berasal dari dalam diri seseorang, seperti sikap, keinginan, dan kemampuan, yang menghasilkan kekuatan untuk melakukan wirausaha. Sedangkan, faktor yang berasal dari lingkungan luar seseorang, seperti teman, keluarga, dan lingkungan sosial lainnya, disebut faktor eksternal. Penelitian ini mendiskusikan beberapa kemungkinan terkait faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa akuntansi untuk berwirausaha. *E-commerce*, *digital payment*, *self-efficacy* dan sistem informasi akuntansi adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keinginan mahasiswa akuntansi untuk berwirausaha, baik internal maupun eksternal.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian (Taufiq & Indrayeni, 2022). Kebaruan pertama dari penelitian adalah adanya penambahan variabel independent yaitu *digital payment*. Alasan penambahan *digital payment* disebabkan oleh fakta bahwa saat ini, dengan pesatnya perkembangan teknologi, segala sesuatunya terjadi secara digital, sehingga untuk menganalisis bagaimana hal ini dapat memengaruhi keputusan bisnis. Kebaruan lain dalam penelitian ini terkait dengan area observasi yang fokus pada mahasiswa akuntansi angkatan 2020 di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penelitian terdahulu yang membahas terkait keputusan berwirausaha telah dilaksanakan dengan berbagai variabel sebagai faktor yang

diduga memengaruhi keputusan berwirausaha seperti *e-commerce*, *self-efficacy* dan Sistem Informasi Akuntansi (Taufiq & Indrayeni, 2022). Dalam penelitian ini, fokus penelitian pada *e-commerce*, *digital payment*, *self-efficacy* dan sistem informasi akuntansi yang memiliki celah penelitian atau *research gap* yang berupa adanya perbedaan hasil penelitian sejenis dalam penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai beberapa variabel yang dipakai untuk menganalisis keputusan berwirausaha, maka penulis ingin menguji Pengaruh *E-Commerce*, *Digital Payment*, *Self-Efficacy* dan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2020.

Tinjauan Literatur

Teori Perencanaan Perilaku (Theory of Planned Behavior)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) (dalam Sholih *et al.* 2022) merupakan hasil penyempurnaan menyeluruh dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Teori perilaku terencana (TPB) dapat digunakan untuk memprediksi atau mengukur kepentingan individu dalam situasi di mana berbagai faktor mendominasi kepentingan tersebut. Menurut Ajzen (1991), unsur penting dalam teori perilaku terencana (TPB) adalah keinginan individu untuk berperilaku. Namun, keinginan yang dimiliki setiap individu pasti berbeda dan munculnya perbedaan perilaku untuk memperoleh keinginannya (Stella & Sanjaya, 2020).

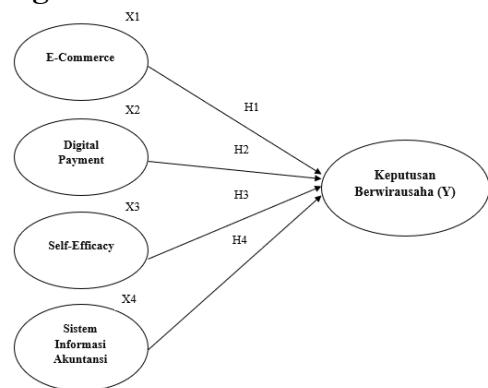
Teori Kontigensi (*Contingency theory*)

Setiap kelompok manajemen memiliki kemampuan untuk beradaptasi satu sama lain, (Fernando & Handoyo, 2022). Teori kontigensi berkaitan dengan penerapan sistem pengendalian manajemen interaktif sebagai dasar untuk perencanaan dan pengembangan sistem pengendalian manajemen yang berbeda di berbagai perusahaan atau organisasi (Sholih *et al.*, 2022).

Teori Technology Accepted Model (TAM)

Menurut Davis (1989) (dalam Wildani, 2022), TAM digunakan untuk menentukan seberapa tertarik seseorang untuk bergabung dengan sistem teknologi informasi. Teori *Reasoned* (TRA) pertama kali diusulkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980. Teori TRA mengukur minat seseorang dalam menggunakan teknologi melalui sikap dan perilaku mereka, sedangkan TAM mengukur minat seseorang dalam menerima sistem teknologi informasi melalui persepsi kemudahan dan kegunaannya (Jassin & Dewi, 2023).

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

- H₁ : *E-Commerce* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Kewirausahaan pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2020
- H₂ : *Digital Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan Keputusan Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2020.
- H₃ : *Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2020.
- H₄ : Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2020.

Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang berbasis filsafat positivisme. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2020 dengan jumlah sebanyak 492 mahasiswa. Data tersebut diperoleh dari web resmi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Teknik pengumpulan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa pengambilan *nonprobability sampling* tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap komponen atau anggota populasi untuk diambil sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer diperoleh dengan menyebarluaskan kuesioner yang berisi pertanyaan tentang berbagai faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan berwirausaha.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang relevan di mana peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2019). Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji hipotesis, uji t, uji f, dan uji koefesien determinasi(R^2).

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan sah atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2018). Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan atau pernyataannya mampu mengungkapkan tujuan kuesioner. Untuk mengumpulkan data primer, penulis menyebarluaskan kuesioner kepada 83 mahasiswa akuntansi, yang terdiri dari 40 item pernyataan. Pearson correlation digunakan untuk melakukan pengujian ini. Penelitian ini menggunakan item pernyataan yang dibagi menjadi lima variabel: *e-commerce*, *digital payment*, *self-efficacy*, sistem informasi akuntansi, dan pengambilan keputusan dalam berwirausaha. Pernyataan-pernyataan ini diuji untuk memverifikasi validitas masing-masing pernyataan. Selanjutnya setiap variabel dibagi menjadi beberapa pernyataan. Variabel *e-commerce* (X_1) terbagi menjadi 8 item pernyataan, *digital payment* (X_2) terbagi menjadi 8 item pernyataan, *self-efficacy* (X_3) terbagi menjadi 8 item pernyataan, sistem informasi akuntansi (X_4) terbagi menjadi 8 item pernyataan, dan variabel pengambilan keputusan dalam berwirausaha (Y) terbagi menjadi 8 item pernyataan. Berikut hasil uji validitas yang diberikan kepada 83 responden dan hasilnya dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	Nilai r Hitung (Pearson Correlation)	Nilai r Tabel df = 81	Sig (2-Tailed)	Keterangan
<i>E-Commerce</i> (X_1)				
X1.1	0,747	0,215	0,000	Valid
X1.2	0,789	0,215	0,000	Valid
X1.3	0,794	0,215	0,000	Valid
X1.4	0,834	0,215	0,000	Valid
X1.5	0,836	0,215	0,000	Valid
X1.6	0,754	0,215	0,000	Valid
X1.7	0,662	0,215	0,000	Valid
X1.8	0,764	0,215	0,000	Valid
<i>Digital Payment</i> (X_2)				
X2.1	0,807	0,215	0,000	Valid
X2.2	0,795	0,215	0,000	Valid
X2.3	0,834	0,215	0,000	Valid
X2.4	0,803	0,215	0,000	Valid
X2.5	0,741	0,215	0,000	Valid

X2.6	0,750	0,215	0,000	Valid
X2.7	0,765	0,215	0,000	Valid
X2.8	0,808	0,215	0,000	Valid
<i>Self-Efficacy (X₃)</i>				
X3.1	0,898	0,215	0,000	Valid
X3.2	0,904	0,215	0,000	Valid
X3.3	0,879	0,215	0,000	Valid
X3.4	0,925	0,215	0,000	Valid
X3.5	0,882	0,215	0,000	Valid
X3.6	0,713	0,215	0,000	Valid
X3.7	0,820	0,215	0,000	Valid
X3.8	0,832	0,215	0,000	Valid
<i>Sistem Informasi Akuntansi(X₄)</i>				
X4.1	0,834	0,215	0,000	Valid
X4.2	0,854	0,215	0,000	Valid
X4.3	0,844	0,215	0,000	Valid
X4.4	0,771	0,215	0,000	Valid
X4.5	0,857	0,215	0,000	Valid
X4.6	0,818	0,215	0,000	Valid
X4.7	0,845	0,215	0,000	Valid
X4.8	0,810	0,215	0,000	Valid
<i>Keputusan Berwirausaha (Y)</i>				
Y.1	0,755	0,215	0,000	Valid
Y.2	0,805	0,215	0,000	Valid
Y.3	0,791	0,215	0,000	Valid
Y.4	0,850	0,215	0,000	Valid
Y.5	0,881	0,215	0,000	Valid
Y.6	0,846	0,215	0,000	Valid
Y.7	0,738	0,215	0,000	Valid
Y.8	0,689	0,215	0,000	Valid

Sumber: data diolah oleh penulis tahun 2024.

E-Commerce (X₁)

Berdasarkan hasil dari pengolahan di atas, terlihat bahwa korelasi antar masing-masing indikator (X1.1 sampai X1.8) terhadap skor variabel X1 menunjukkan hasil yang signifikan. Terlihat dari nilai Sig. (2-tailed) masing-masing indikator < 0,05 (taraf signifikansi 5%). Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan adalah valid.

Digital Payment (X₂)

Berdasarkan hasil dari pengolahan di atas, terlihat bahwa korelasi antar masing-masing indikator (X2.1 sampai X2.8) terhadap skor variabel X2 menunjukkan hasil yang signifikan. Terlihat dari nilai Sig. (2-tailed) masing-masing indikator < 0,05 (taraf signifikansi 5%). Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan adalah valid.

Self-Efficacy (X₃)

Berdasarkan hasil dari pengolahan di atas, terlihat bahwa korelasi antar masing-masing indikator (X3.1 sampai X3.8) terhadap skor variabel X3 menunjukkan hasil yang signifikan. Terlihat dari nilai Sig. (2-tailed) masing-masing indikator < 0,05 (taraf signifikansi 5%). Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan adalah valid.

Sistem Informasi Akuntansi (X₄)

Berdasarkan hasil dari pengolahan di atas, terlihat bahwa korelasi antar masing-masing indikator (X4.1 sampai X4.8) terhadap skor variabel X4 menunjukkan hasil yang signifikan. Terlihat dari nilai Sig. (2-tailed) masing-masing indikator < 0,05 (taraf signifikansi 5%). Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan adalah valid.

Keputusan Berwirausaha (Y)

Berdasarkan hasil dari pengolahan di atas, terlihat bahwa korelasi antar masing-masing indikator (Y.1 sampai Y.8) terhadap skor variabel Y menunjukkan hasil yang signifikan. Terlihat dari nilai Sig. (2-tailed) masing-masing indikator $< 0,05$ (taraf signifikansi 5%). Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Sedangkan r_{tabel} bisa dihitung pada table $r_{statistik}$ dengan uji dua arah, dimana $df = 81$ (didapat dari rumus

$df = n-2$, dimana n adalah jumlah sampel sebanyak 83 orang responden. Sehingga hasil r_{tabel} adalah 0,215.) jadi dapat disimpulkan bahwa nilai Pearson Correlation ($r_{hitung} > 0,215$ (r_{tabel}) yang berarti valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Pedoman alat pengukuran dianggap reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha 0,60 atau lebih tinggi. Berikut hasil dari pengujian reliabilitas:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of Item	Keterangan
E-Commerce (X_1)	0,899	8	Reliabel
Digital Payment (X_2)	0,911	8	Reliabel
Self-Efficacy (X_3)	0,949	8	Reliabel
Sistem Informasi Akuntansi (X_4)	0,934	8	Reliabel
Keputusan Berwirausaha (Y)	0,917	8	Reliabel

Sumber: data diolah oleh penulis tahun 2024.

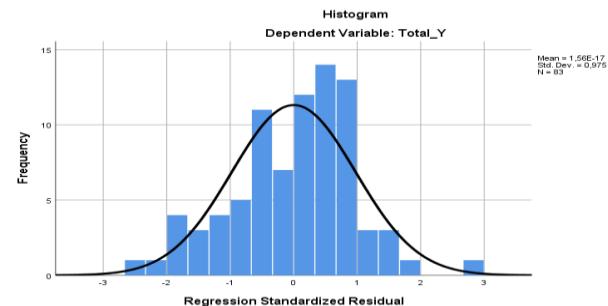
Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel yaitu e-commerce, digital payment, self-efficacy, sistem informasi akuntansi, dan pengambilan keputusan berwirausaha, semuanya dinyatakan reliabel. Hal ini dikarenakan seluruh nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh melebihi batas minimum yang ditetapkan, yaitu 0,6. Dengan kata lain, instrumen penelitian yang digunakan dalam studi ini memiliki konsistensi internal yang baik, sehingga dapat dipercaya untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah model regresi pada variabel memiliki distribusi normal. Jika garis membentuk diagonal, maka data tersebut memenuhi asumsi normalitas. Uji statistik tidak valid untuk sampel yang lebih kecil jika asumsi ini dilanggar (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, pendekatan Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk menentukan normalitas data. Dalam uji normalitas, untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal harus membandingkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) dengan taraf signifikan α , Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> \alpha$ maka data berdistribusi normal dan sebaliknya. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $< \alpha$ maka data tidak berdistribusi normal.

Histogram



Gambar 3. Grafik Histogram

Sumber: data diolah oleh penulis tahun 2024

Hasil dalam uji normalitas histogram menghasilkan bentuk kurva menggunung, maka dapat dikatakan bahwa pola terdistribusi secara normal.

Kolmogorov-Smirnov

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,30694779
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,073
	Negative	-,086
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data diolah oleh penulis tahun 2024

Hasil output SPSS terlihat bahwa nilai **Asymp. Sig. (2-tailed)** yaitu **0,200**. Hal ini berarti bahwa nilai **Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05** (taraf signifikansi). Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2018). Dengan kata lain, model regresi yang baik harus menjamin tidak adanya korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas terlihat pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance value* dengan ukuran statistik, jika VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,1. Berikut hasil dari pengujian multikolinearitas:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics			
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-.986	3,146		-.313	,755		
	Total_X1	,205	,164	,167	1,249	,216	,261	3,829
	Total_X2	,203	,179	,159	1,136	,260	,236	4,231
	Total_X3	,591	,095	,579	6,210	,000	,536	1,867
	Total_X4	-,032	,163	-,026	-,197	,844	,277	3,608

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: data diolah oleh penulis tahun 2024

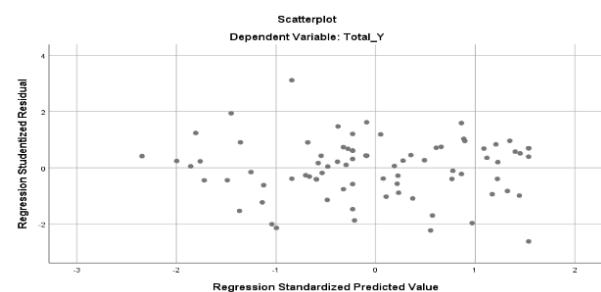
Hasil output SPSS tersebut terlihat bahwa nilai tolerance dan nilai VIF semua variabel independen menunjukkan nilai $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,10$. Nilai VIF untuk variabel X1 sebesar **3,829 < 10** dan tolerance **0,261 > 0,10**, nilai VIF untuk variabel X2 sebesar **4,231 < 10** dan tolerance **0,236 > 0,10**, nilai VIF untuk variabel X3 sebesar **1,867 < 10** dan tolerance **0,536 > 0,10**, dan nilai VIF untuk variabel X4 sebesar **3,608 < 10** dan tolerance **0,277 > 0,10**. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah *variance* dari residu pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lain adalah sama dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak akan menunjukkan adanya heteroskedastisitas, yang berarti bahwa variabilitas residual harus

konstan di seluruh rentang pengamatan. Ketidakhadiran heteroskedastisitas memastikan bahwa hasil regresi dapat dipercaya dan kesalahan standar koefisien regresi akurat, sehingga meningkatkan validitas inferensi statistik yang dibuat dari model (Ghozali, 2018). Hal ini penting untuk memastikan bahwa asumsi klasik regresi linear terpenuhi, yang pada gilirannya menjamin keandalan dan interpretasi yang tepat dari hasil analisis regresi.

Untuk mendeteksi heteroskedastisitas digunakan uji Spearman-Rho, yaitu membandingkan nilai residu masing-masing variabel independen terhadap rank spearman. Dengan demikian, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka akan terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data diolah oleh penulis tahun 2024

Hasil dari uji heteroskedastisitas grafik *scatterplot* memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah pada angka 0 pada sumbu Y. Artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

	Correlations				Unstandardized Residual
	Total_X1	Total_X2	Total_X3	Total_X4	
Spearman's rho	Correlation Coefficient	1,000	,827**	,677**	,793**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
	N	83	83	83	83
Total_X2	Correlation Coefficient	,827**	1,000	,613**	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000
	N	83	83	83	83
Total_X3	Correlation Coefficient	,677**	,613**	1,000	,644**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000
	N	83	83	83	83
Total_X4	Correlation Coefficient	,793**	,780**	,644**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
	N	83	83	83	83
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,075	,079	,062	,073
	Sig. (2-tailed)	,501	,480	,461	,512
	N	83	83	83	83

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data diolah oleh penulis tahun 2024

Hasil tampilan output SPSS memberikan informasi bahwa variabel *e-commerce* (X_1) sebesar 0,501, variabel *digital payment* (X_2) sebesar 0,480, variabel *self-efficacy* (X_3) sebesar 0,461, dan variabel sistem informasi akuntansi sebesar 0,512. Hal ini membuktikan nilai signifikansi $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas

Hasil Uji Hipotesis

Penelitian ini diuji dengan menggunakan model regresi linear berganda. Untuk mengetahui arah dan signifikansi pada variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan analisis regresi linier berganda (Ghozali, 2018). Hasil uji regresi berganda dengan menggunakan SPSS 25 adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,986	,3,146	-,313	,755
	Total_X1	,205	,164	,167	,216
	Total_X2	,203	,179	,159	,260
	Total_X3	,591	,095	,579	,000
	Total_X4	-,032	,163	-,026	,844

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: data diolah oleh penulis tahun 2024

Berdasarkan hasil uji regresi berganda, dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar -0,986 sedangkan nilai koefisien *e-commerce* (X_1) sebesar 0,205, nilai koefisien *digital payment* (X_2) sebesar 0,203, nilai koefisien *self-efficacy* (X_3) sebesar 0,591, dan nilai koefisiensi sistem informasi akuntansi (X_4) sebesar -0,032. Dari hasil tersebut dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,986 + 0,205 X_1 + 0,203 X_2 + 0,591 X_3 - 0,032 X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas maka dapat diketahui sebagai berikut:

- Nilai koefisiensi sebesar 0,205 berarti bahwa jika terjadi kenaikan pada *e-commerce* sebesar satu satuan, maka nilai pengambilan Keputusan untuk berwirausaha sebesar 0,205.
- Nilai koefisiensi sebesar 0,203 berarti bahwa jika terjadi kenaikan pada *digital*

payment sebesar satu satuan, maka nilai pengambilan Keputusan untuk berwirausaha sebesar 0,203.

- Nilai koefisiensi sebesar 0,591 berarti bahwa jika terjadi kenaikan pada *self-efficacy* sebesar satu satuan, maka nilai pengambilan Keputusan untuk berwirausaha sebesar 0,591.
- Nilai koefisiensi sebesar -0,032 berarti bahwa jika terjadi penurunan pada sistem informasi akuntansi sebesar satu satuan, maka nilai pengambilan Keputusan untuk berwirausaha sebesar -0,032.

Hasil Uji T

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh dari *e-commerce* (X_1), *digital payment* (X_2), *self-efficacy* (X_3), dan sistem informasi akuntansi (X_4) terhadap pengambilan Keputusan berwirausaha (Y). Hasil uji signifikan dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7. Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,986	,3,146	-,313	,755
	Total_X1	,205	,164	,167	,216
	Total_X2	,203	,179	,159	,260
	Total_X3	,591	,095	,579	,000
	Total_X4	-,032	,163	-,026	,844

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: data diolah oleh penulis tahun 2024

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa hasil uji t antara variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

- Hipotesis 1 (*E-Commerce* (X_1) Berpengaruh Terhadap Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha)

Pada tabel diatas menunjukkan nilai t hitung sebesar $1,249 < t$ tabel sebesar 1,990 dengan signifikansi sebesar 0,216 yang nilainya lebih dari 0,05. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap pengambilan Keputusan berwirausaha sehingga hipotesis 1 dinyatakan ditolak.

- Hipotesis 2 (*Digital Payment* (X_2) Berpengaruh Terhadap Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha)

Pada tabel diatas menunjukkan nilai t hitung

sebesar $1,136 < t$ tabel sebesar 1,990 dengan signifikansi sebesar 0,260 yang nilainya lebih dari 0,05. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *digital payment* tidak berpengaruh terhadap pengambilan Keputusan berwirausaha sehingga hipotesis 2 dinyatakan ditolak.

- 3) Hipotesis 3 (*Self-Efficacy* (X_3) Berpengaruh Terhadap Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha)

Pada tabel diatas menunjukkan nilai t hitung sebesar $6,210 > t$ tabel sebesar 1,990 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang nilainya kurang dari 0,05. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *self-efficacy* berpengaruh terhadap pengambilan Keputusan berwirausaha sehingga hipotesis 3 dinyatakan diterima.

- 4) Hipotesis 4 (Sistem Informasi Akuntansi (X_4) Berpengaruh Terhadap Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha)

Pada tabel 8 menunjukkan nilai t hitung sebesar $-0,197 < t$ tabel sebesar 1,990 dengan signifikansi sebesar 0,844 yang nilainya lebih dari 0,05. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap pengambilan Keputusan berwirausaha sehingga hipotesis 4 dinyatakan ditolak.

Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (*e-commerce*, *digital payment*, *self-efficacy*, dan sistem informasi akuntansi) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (pengambilan Keputusan untuk berwirausaha).

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1572,147	4	393,037	34,187	,000 ^b
Residual	896,744	78	11,497		
Total	2468,892	82			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X3, Total_X1, Total_X2

Sumber: data diolah oleh penulis tahun 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 9 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Dengan nilai F hitung sebesar (34,187) $>$ nilai F tabel (2,49). Maka dapat disimpulkan

bahwa variabel *e-commerce* (X_1), *digital paymen* (X_2), *self-efficacy* (X_3), dan sistem informasi akuntansi (X_4) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel pengambilan keputusan untuk berwirausaha (Y). Hal ini berati bahwa model penelitian dapat disebut layak.

Hasil Uji Koefisiensi Determinansi (R^2)

Koefisiensi determinasi bertujuan untuk melihat tingkat kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berikut hasil perhitungan koefisiensi determinasi yang diperoleh.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,798 ^a	,637	,618	3,391

a. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X3, Total_X1, Total_X2

b. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: data diolah oleh penulis tahun 2024

Dari hasil tabel 10 menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,618 atau 61,8%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel pengambilan keputusan untuk berwirausaha (Y) yang dapat dijelaskan oleh *e-commerce* (X_1), *digital paymen* (X_2), *self-efficacy* (X_3), dan sistem informasi akuntansi (X_4) adalah sebesar 61,8%. Sedangkan sisanya 0,382 atau 38,2% dijelaskan oleh faktor lainnya.

Pembahasan

Pengaruh E-commerce Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel *e-commerce* tidak memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Hal ini disebabkan masih adanya mahasiswa yang enggan bertransaksi bisnis secara online. Beberapa mahasiswa masih sangat menyukai membeli produk langsung dari toko. Mereka bersemangat mengunjungi toko tersebut dan melihat produknya secara langsung. Ini bertentangan dengan teori pengambilan Keputusan. Sebaliknya penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Hariadi (2013) di mana tidak ada hubungan anatar kemanfaatan

e-commerce dan keinginan pelanggan e-commerce. Berdasarkan temuan penelitian (Sihombing & Sulistyo, 2021) ada hubungan positif tetapi tidak signifikan antara komponen e-commerce dan niat berwirausaha. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurabiah & Mariadi, 2021) Temuan studi ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara e-commerce dan keputusan yang dibuat mahasiswa akuntansi dalam berwirausaha. Hal ini ditunjukkan oleh fakta bahwa e-commerce hanya kadang-kadang digunakan untuk melihat tren atau materi tanpa meningkatkan keinginan konsumen untuk berwirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fernando & Handoyo, 2022; Putri & Wardana, 2023; Taufiq & Indrayeni, 2022; Yasin, 2022) yang menyatakan bahwa e-commerce tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Pengaruh Digital Payment Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel *digital payment* tidak memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Ada atau tidaknya *digital payment* tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Temuan penelitian mendukung Sahi *et al* (2021) di beberapa kota terpilih dan adopsi teknologi inovatif yang signifikan, seperti pembayaran digital, masih relatif rendah. Hal ini merupakan indikasi dari temuan penelitian. Jika dirinci lebih lanjut, ada beberapa kelompok masyarakat yang masih belum yakin dengan inovasi *digital payment*, atau motivasi mereka untuk menggunakannya juga rendah. Kelompok-kelompok ini juga dapat diasumsikan kurang paham teknologi dibandingkan masyarakat umum, sehingga berkontribusi pada rendahnya motivasi menggunakan *digital payment* karena teknologi yang sudah ketinggalan zaman atau sistem yang sudah ketinggalan zaman sehingga menyulitkan masyarakat umum untuk mengadopsi model *digital payment* yang terkait dengan keamanan, privasi, dan masalah terkait lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian (Stella & Sanjaya, 2020) lainnya, terdapat kebutuhan untuk menahan diri dari penggunaan pembayaran

digital karena faktor pribadi dan psikologis, meskipun diakui bahwa penggunaan pembayaran digital harus didasarkan pada kebutuhan. Alasan pendukung lain dilakukan oleh (Handayani *et al*, 2023) bahwa beberapa responden tidak terlalu sering untuk melakukan pembayaran secara *digital payment*. Dalam kehidupan sehari-hari masih banyak kegiatan transaksi yang dilakukan secara tunai.

Pengaruh Self-Efficacy Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel *self-efficacy* memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa akuntansi sangat percaya pada kemampuan mereka untuk bekerja sendiri. Mereka menyadari bahwa dengan banyaknya pengetahuan yang mereka miliki, mereka akan mampu mengelola bisnisnya secara efektif. Mereka merasa yakin bahwa mereka dapat secara efektif mengelola peristiwa dan situasi yang mereka temui dalam pekerjaan mereka. Mengenali kekuatan mereka sendiri dan menggunakan itu sebagai motivasi, bukan sebagai penghalang untuk mengatasi hambatan dalam usaha bisnis mereka. Dengan kata lain, semakin besar rasa percaya diri yang dimiliki seorang mahasiswa akuntansi, maka semakin besar keinginannya untuk terjun dalam dunia bisnis. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Taufiq & Indrayeni, 2022) yang menunjukkan adanya hubungan positif antara *self-efficacy* dengan jiwa kewirausahaan. Penelitian ini juga sejalan dengan (Dorahman & Sa'odah, 2019; Jassin & Dewi, 2023) yang menyatakan bahwa *self-efficacy* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha

Berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi tidak memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Hal ini dikarenakan pemahaman dan penerapan penggunaan sistem informasi akuntansi terbatas pada beberapa individu. Mahasiswa yang telah memahami

konsep ini akan lebih mudah mendapatkan informasi yang akan memebantu mereka mengembangkan usaha mereka di masa depan. Penelitian sebelumnya (Wildani, 2022) menemukan bahwa sistem informasi akuntansi tidak ada pengaruh besar pada keputusan untuk berwirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hidayah & Fitriyah, 2023; Yeni, 2022) yang menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, bahwa variabel *E-Commerce* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Ini mengindikasikan bahwa penggunaan platform *e-commerce* oleh mahasiswa tidak secara langsung mendorong mereka untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Meskipun *e-commerce* menawarkan kemudahan akses dan peluang pasar yang luas, hal ini tidak cukup kuat untuk memotivasi mahasiswa dalam membuat keputusan untuk berwirausaha. Selain itu, variabel *Digital Payment* juga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Walaupun sistem pembayaran digital seperti *e-wallet* semakin populer dan mempermudah transaksi bisnis, penggunaannya belum menjadi faktor determinan dalam keputusan mahasiswa untuk memulai usaha. Hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya kepercayaan atau kenyamanan mahasiswa dalam menggunakan teknologi pembayaran digital secara luas. Di sisi lain, variabel *Self-Efficacy* ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Temuan ini menegaskan pentingnya keyakinan diri mahasiswa terhadap kemampuan mereka sendiri dalam menjalankan dan mengelola usaha. *Self-efficacy* yang tinggi meningkatkan motivasi dan keberanian mahasiswa untuk mengambil risiko dan terlibat dalam aktivitas kewirausahaan, yang merupakan elemen krusial dalam memulai dan mempertahankan bisnis. Sebaliknya, variabel Sistem Informasi Akuntansi tidak berpengaruh signifikan

terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Meskipun sistem informasi akuntansi menyediakan alat dan informasi penting untuk pengelolaan keuangan bisnis, hal ini tidak cukup untuk mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memulai usaha. Kemungkinan, mahasiswa masih belum sepenuhnya menyadari atau memanfaatkan potensi penuh dari sistem informasi akuntansi dalam kewirausahaan.

Daftar Pustaka

- BPS. (2024). Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan, 2021-2023. *Bps.Go.Id*.
- BPS Surakarta. (2023). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah 2021-2023. *Surakartakota.Bps.Go.Id*.
- Dorahman, B., & Sa'odah. (2019). Pengaruh Efikasi Diri Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pada Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Di Universitas Muhamadiyah Tangerang. *Indonesian Journal of Elementary Education (IJEEE)*, 1(1).
- Ekawarna, Denmar, D., & Bakar, M. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Fkip Universitas Jambi Angkatan 2019. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu SOSIAL*, 3(1), 139–149.
- Fernando, & Handoyo, S. E. (2022). Pengaruh Literasi Digital, Media Sosial, dan e-Commerce terhadap Keputusan Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.

- Handayani, V. A., Tarsila, H., Hidayati, E., Saputri, R., & Parero, J. (2023). Persepsi Masyarakat Kota Batam Terhadap Transformasi Digital Payment. *Jurnal Sistem Informasi ITEBA*, 1(2).
- Hidayah, N. L., & 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).
- Ibrahim, A. I. M., & Muslimin. (2022). Pengaruh E-Commerce, Ekspektasi Pendapatan, dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 14(1), 30–43.
- Jassin, A. A., & Dewi, L. G. K. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Persepsi Kewirausahaan, dan Self-Efficacy terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi, & Kewirausahaan*, 14(2).
- Musthofa, M. A. (2020). *Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital (Studi pada Pengguna OVO PT. Visionet Internasional di Kota Malang)*. Universitas Islam Malang.
- Nurabiah, H. P., & Mariadi, Y. (2021). E-Commerce Dan SistemInformasi Akuntansi Sebagai Faktor Pendorong Pengambilan KeputusanMahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausah. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 5(2), 238–253.
- Putri, S. R., & Wardana, L. W. (2023). The Effect of Entrepreneurship Education and E-Commerce on Entrepreneurial Intention Through Adversity Quotient in Students of The Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Malang. *Proceedings of the BISTIC Business Innovation Sustainability and Technology International Conference (BISTIC 2023)*.
- Sahi, A. M., Khalid, H., Abbas, A. F., & Khatib, S. F. A. (2021). The evolving research of customer adoption of digital payment: Learning from content and statistical analysis of the literature. In *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* (Vol. 7, Issue 4). Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI). <https://doi.org/10.3390/joitmc7040230>
- Sholih, M. W., Prayogo, I., Ubaidillah, M., Wardhani, A. P., & A'yun, A. Q. (2022). The Effect of Entrepreneurship Education and E-Commerce on Entrepreneurship Interest Moderated by Android-Based Accounting Information Systems. *International Journal of Finance, Economics and Business*, 1(3), 220–230.
- Sihombing, M. J., & Sulistyo, H. (2021). Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 1(4).
- Stella, & Sanjaya, R. (2020). Faktor – Faktor Penyebab Tidak Menggunakan Digital Payment (Studi Kasus Pada Ovo). *Journal of Accounting and Business Studies*, 5(1), 90–99.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Taufiq, M., & Indrayeni. (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.
- Wildani, F. A. (2022). Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Dengan Pengaruh Faktor E-commerce, Sistem Informasi Akuntansi, dan Self Efficac. *JAMMI (Jurnal Akuntansi UMMI)*, 3(1).

- Yasin, A. F. (2022). The Impact Of Entrepreneurship Knowledge, Entrepreneurship Motivation, E-Commerce, And Social Media Use On Generation Z Women's Interest In Entrepreneurship Post-Covid-19 Pandemic In Medan City. *JIMKES*, 3(2), 189–196.
- Yeni, R. I. (2022). Pengaruh E-Commerce, Social Media Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Teknologi Informasi Akuntansi*, 3(2).