

PENGARUH E-COMMERCE, SOCIAL MEDIA DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK BERWIRAUSAHA

Puji Setya Sunarka¹, Deewar Mahesa², Nur Atika Yuniarti³, Ryan Arya Pamudya⁴

¹Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945, Semarang

²³⁴Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945, Semarang

¹psunarka@gmail.com, ²deewar-mahesa@untagsmg.ac.id, ³nuratika-yuniarti@untagsmg.ac.id,

⁴ryanarya-pramudya@untagsmg.ac.id

ABSTRAK

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah mengetahui pengaruh tiga faktor - kompensasi, disiplin kerja, dan motivasi - terhadap kinerja karyawan. Studi kuantitatif ini melibatkan 110 responden, menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Analisis data mencakup beberapa metode, termasuk analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, serta koefisien determinasi (R^2). Hasil regresi berganda mengungkapkan temuan menarik. Variabel kompensasi menunjukkan pengaruh signifikan negatif terhadap prestasi kerja karyawan. Sebaliknya, disiplin kerja dan motivasi memiliki pengaruh signifikan positif. Di antara ketiga variabel tersebut, disiplin kerja muncul sebagai faktor dengan pengaruh terbesar terhadap kinerja karyawan.

Kata Kunci: E-Commerce, Social Media, Sistem Informasi Akuntansi, Pengambilan Keputusan.

ABSTRACT

The objective of this study is to determine the influence of three factors - compensation, work discipline, and motivation - on employee performance. This quantitative study involved 110 respondents, using a questionnaire as an instrument for data collection. Data analysis included several methods, including descriptive analysis, validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple regression analysis, and the coefficient of determination (R^2). The results of multiple regression revealed interesting findings. The compensation variable showed a significant negative influence on employee work performance. Conversely, work discipline and motivation had a significant positive influence. Among the three variables, work discipline emerged as the factor with the greatest influence on employee performance.

Keywords: E-Commerce, Social Media, Accounting Information Systems, Decision Making.

PENDAHULUAN

Salah satu tantangan ekonomi makro yang signifikan adalah masalah pengangguran. Fenomena ini umum terjadi di berbagai negara, tak terkecuali Indonesia. Dampak pengangguran meluas, menciptakan berbagai persoalan sosial dan ekonomi yang sulit dielakkan.

Di era Revolusi Industri 4.0, kompetisi mencari pekerjaan bagi lulusan universitas semakin intens. Terjadi ketimpangan antara jumlah lowongan kerja yang tersedia dengan banyaknya lulusan yang memasuki pasar tenaga kerja. Akibatnya, para sarjana yang hanya mengandalkan gelar tanpa memiliki kecakapan tambahan di luar bidang studi mereka akan kesulitan bersaing, berpotensi menjadi bagian dari kelompok pengangguran terdidik.

Menghadapi situasi ini, salah satu solusi yang ditawarkan adalah mempersiapkan lulusan dengan jiwa kewirausahaan. Diharapkan mereka tidak hanya mampu menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri, tetapi juga bisa membuka peluang kerja bagi orang lain. Pendekatan ini dianggap sebagai strategi untuk mengurangi tingkat pengangguran, khususnya di kalangan lulusan perguruan tinggi.

Data dari indeks kewirausahaan global 2018 yang disampaikan oleh Fajarini Puntodewi, Kepala Biro Humas Kemendag, menunjukkan kesenjangan signifikan antara

negara maju dan Indonesia dalam hal kewirausahaan. Negara-negara maju mencatat indeks sebesar 14%, sementara Indonesia hanya mencapai 3,1%. Bahkan angka ini masih tertinggal dibandingkan negara-negara ASEAN lainnya. Perlu dicatat bahwa kewirausahaan memiliki peran krusial yang penting dalam mendorong pertumbuhan sektor ekonomi suatu negara.

Di era Revolusi Industri 4.0 yang ditandai dengan dimulainya era digitalisasi, semua pihak terutama para wirausahawan, dituntut untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Kemajuan teknologi informasi telah mengubah lanskap bisnis, memungkinkan para pengusaha untuk beroperasi tanpa batasan geografis. Perkembangan internet telah mempercepat pertumbuhan bisnis online secara eksponensial.

Salah satu bentuk bisnis berbasis online yang menjadi topik terbaru saat ini adalah e-commerce. Menurut penelitian Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017), terdapat korelasi positif antara tingkat pengetahuan mahasiswa tentang e-commerce dan minat mereka untuk berwirausaha. Semakin baik pemahaman mereka tentang e-commerce, semakin besar kecenderungan mereka untuk terjun ke dunia wirausaha.

Jejaring sosial telah menjadi sarana pertukaran informasi multidimensi antara konsumen dan perusahaan. Platform ini memungkinkan pengguna untuk berbagi beragam konten, mulai dari teks, gambar, audio, hingga video. Interaksi ini tidak terbatas pada sesama konsumen, tetapi juga melibatkan komunikasi dua arah antara konsumen dan perusahaan.

Peran media sosial dalam meningkatkan kinerja bisnis semakin mendapat pengakuan luas. Kotler dan Keller (2012) menekankan bahwa media sosial telah mengubah cara bisnis, terutama usaha kecil, dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Platform ini juga telah merevolusi strategi pemasaran produk atau jasa dan cara berinteraksi dengan konsumen. Tujuan utamanya adalah untuk membangun serta memelihara hubungan yang harmonis dengan pelanggan.

Era digital telah membuka peluang baru bagi generasi muda untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan. Dengan memanfaatkan platform media sosial, mereka dapat memulai dan mengembangkan usaha mereka sendiri. Fenomena ini menunjukkan bagaimana teknologi digital, khususnya media sosial, telah menjadi katalis pertumbuhan wirausaha di kalangan generasi muda.

Dalam konteks bisnis online, permodalan memainkan peran krusial dalam menjamin kelancaran operasional. Aditya dan Febriyanti (2021) menekankan pentingnya pemahaman sistem informasi akuntansi bagi seorang wirausahawan. Argumentasi ini didasarkan pada realitas bahwa setiap usaha pasti akan menghadapi tantangan finansial dan persaingan yang semakin intens.

Mengingat hal tersebut, penguasaan sistem informasi akuntansi menjadi kunci untuk memastikan operasi bisnis yang lancar dan efisien, sekaligus memitigasi risiko potensial. Sistem ini berfungsi sebagai instrumen pengolah data akuntansi dan keuangan, yang mampu menyajikan informasi penting kepada pihak-pihak yang membutuhkan.

Dalam era digital ini, sistem informasi akuntansi tidak hanya berperan sebagai pencatat transaksi, tetapi juga sebagai alat analisis yang membantu pengambilan keputusan bisnis. Dengan pemahaman yang baik tentang sistem ini, wirausahawan dapat lebih efektif dalam mengelola arus kas, mengontrol pengeluaran, dan merencanakan strategi finansial jangka panjang.

Lebih jauh lagi, dalam konteks bisnis online di mana transaksi terjadi dengan cepat dan dalam volume besar, sistem informasi akuntansi yang andal menjadi semakin vital. Sistem ini memungkinkan pelacakan real-time terhadap transaksi, memfasilitasi pelaporan yang akurat, dan memberikan wawasan berharga tentang performa bisnis.

Berdasarkan diskusi sebelumnya, telah teridentifikasi beberapa faktor kunci yang mempengaruhi kewirausahaan di era digital. Dengan mempertimbangkan hasil-hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan variasi atau perbedaan kesimpulan, telah diputuskan

untuk melakukan studi lanjutan yang lebih komprehensif.

Penelitian ini berkonsentrasi pada tiga aspek utama yang dipastikan berperan krusial dalam keputusan berwirausaha di era modern:

1. E-commerce: Mengingat pertumbuhan pesat perdagangan elektronik dan dampaknya terhadap lanskap bisnis.
2. Media sosial: Mempertimbangkan peran platform sosial dalam memfasilitasi komunikasi bisnis dan pemasaran.
3. Penggunaan sistem informasi akuntansi: Menekankan pentingnya pengelolaan keuangan dan informasi bisnis yang efektif.

Dengan mengambil judul "Pengaruh E-Commerce, Social Media, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha", penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana ketiga faktor tersebut mempengaruhi keputusan individu untuk memulai usaha.

Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dan menjembatani kesenjangan dalam literatur yang ada, serta memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mendorong kewirausahaan di era digital.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan metode kuantitatif sebagai metodologi utamanya. Pendekatan ini dicirikan oleh fokusnya pada analisis data numerik yang diolah menggunakan teknik-teknik statistik.

Metode kuantitatif ini berakar pada paradigma positivisme, sebuah aliran filsafat yang menekankan objektivitas dan pengukuran empiris. Dalam konteks penelitian, pendekatan ini diterapkan untuk menyelidiki karakteristik dari populasi tertentu melalui sampel yang representatif.

Sugiono (2017) mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini diimplementasikan untuk mengkaji populasi atau sampel spesifik, dengan tujuan menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasi.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti secara terukur dan presisi. Dalam konteks studi ini, pendekatan kuantitatif akan membantu menganalisis pengaruh e-commerce, media sosial, dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap keputusan berwirausaha dengan cara yang terstruktur dan objektif.

Melalui penggunaan metode statistik, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan data yang dapat diuji secara empiris, memungkinkan penarikan kesimpulan yang lebih akurat dan dapat diverifikasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berwirausaha di era digital.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Untag Semarang, jurusan Akuntansi dan Manajemen. Sugiyono (2017) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan ciri khas tersendiri yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari secara mendalam.

Sampel diambil dengan kriteria spesifik:

1. Mahasiswa reguler
2. Semester 6
3. Telah menyelesaikan mata kuliah (SIA) beserta Kewirausahaan

Kriteria ini dipilih untuk memastikan responden memiliki pemahaman yang cukup tentang topik penelitian, sehingga dapat memberikan respon yang relevan terhadap pengaruh e-commerce, media sosial, dan penggunaan sistem informasi akuntansi dalam keputusan

berwirausaha.

Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel: variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

Variabel Independen:

Menurut Nanang Martono (2015), variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain. Biasanya, variabel ini muncul lebih awal dalam urutan waktu. Dalam penelitian ini, variabel independen meliputi:

1. E-commerce (X1)
2. Media sosial (X2)
3. Sistem informasi akuntansi (X3)

Variabel Dependen:

Sugiyono (2016) mendefinisikan variabel dependen sebagai variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Dalam studi ini, variabel dependennya adalah: - Keputusan untuk berwirausaha (Y)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana ketiga variabel independen (e-commerce, media sosial, dan sistem informasi akuntansi) mempengaruhi variabel dependen (keputusan untuk berwirausaha) di kalangan mahasiswa yang telah ditentukan.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang disajikan dalam bentuk angka atau bilangan. Data ini kemudian diolah menggunakan teknik perhitungan matematika dan skala pengukuran statistika, memungkinkan analisis yang objektif dan terukur. Sumber data yang digunakan adalah data primer, sesuai dengan definisi Sugiyono (2017). Ini berarti data dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertamanya, dalam hal ini responden yang telah ditentukan. Metode pengumpulan data yang dipilih adalah melalui penyebaran kuesioner.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, literatur dikaji, wawancara (wawancara), kuesioner (angket), dan observasi digunakan untuk mengumpulkan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN (TIMES NEW ROMAN 12 BOLD, Justify)

Uji Validitas dan Realibilitas

Dalam uji validitas, Pengujian validitas seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa setiap indikasi skor total masing-masing variabel menghasilkan hasil yang valid yaitu nilai r hitung $> 0,1966$. Kesimpulan yang diambil dari data tersebut di atas adalah bahwa semua indikator pernyataan kuisisioner telah dinyatakan valid sehingga dapat dilanjutkannya pengujian selanjutnya. Sedangkan dalam uji realibilitas dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Dapat dikatakan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini memenuhi standar Reliable

Uji Regeresi Analisis Linear Berganda

Regresi linear yang melibatkan lebih dari dua variabel bebas dikenal sebagai analisis linear berganda. Metode ini digunakan untuk mengkaji seberapa kuat hubungan dan dampak dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen, seperti yang dijelaskan oleh Purwokerto pada tahun 2004. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi apakah masing-masing variabel bebas memiliki korelasi positif atau negatif dengan variabel

terikat. Selain itu, analisis ini juga bertujuan untuk memproyeksikan nilai variabel dependen berdasarkan perubahan yang terjadi pada variabel-variabel independen, baik itu peningkatan maupun penurunan.

Tabel 1
 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,489	1,186		3,785	,000
	TOTAL_X1	,149	,053	,205	2,802	,006
	TOTAL_X2	,244	,054	,354	4,566	,000
	TOTAL_X3	,386	,050	,493	7,732	,000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

$$Y = 4,489 + 0,149X_1 + -0,244X_2 + 0,386X_3$$

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil analisis regresi linear berganda tersebut diketahui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 4,489 dapat diartikan apabila *E-commerce* (X1), *Social Media* (X2), Sistem Informasi Akuntansi (X3), dianggap konstan maka pengambilan keputusan untuk berwirausaha sebesar 4,489.
2. $(\beta_1) = 0,149$ Koefisien regresi variabel *E-Commerce* (X1) dianggap konstan. Apabila Variabel *e-commerce* (X1) mengalami peningkatan sebesar 100% maka Variabel pengambilan keputusan untuk berwirausaha (Y) juga mengalami peningkatan sebesar 0,149.
3. $(\beta_1) = 0,244$ Koefisien regresi variabel *social media* (X2) dianggap konstan. Apabila variabel *social media* (X2) mengalami peningkatan sebesar 100% maka Variabel pengambilan keputusan untuk berwirausaha (Y) juga mengalami peningkatan sebesar 0,244.
4. $(\beta_1) = 0,386$ Koefisien regresi variabel sistem informasi akuntansi (X3) dianggap konstan. Apabila variabel sistem informasi akuntansi (X3) mengalami peningkatan sebesar 100% maka Variabel pengambilan keputusan untuk berwirausaha (Y) juga mengalami peningkatan sebesar 0,386.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Uji T(Parsial)

Untuk mengetahui uji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t dapat dilihat pada nilai signifikan dan nilai t hitung dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 atau t Hitung > t Tabel maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.
2. Jika nilai sig > 0,05 atau t Hitung < t Tabel maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 2
 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	4,489	1,186		3,785	,000
	TOTAL_X1	,149	,053	,205	2,802	,006
	TOTAL_X2	,244	,054	,354	4,566	,000
	TOTAL_X3	,386	,050	,493	7,732	,000
a. Dependent Variable: TOTAL_Y						

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel diatas, dapat dijabarkan mengenai hasil uji hipotesis secara parsial dari masing – masing variabel dependen terhadap variabel independen sebagai berikut:

1. Dampak perdagangan elektronik pada keputusan memulai usaha sendiri telah diteliti. Berdasarkan analisis statistik menggunakan uji t, ditemukan bahwa e-commerce memiliki tingkat signifikansi 0,006, yang lebih rendah dari ambang batas 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa hipotesis pertama (H1) dapat diterima. Interpretasi dari temuan ini adalah bahwa variabel e-commerce, yang dinotasikan sebagai X1, memiliki pengaruh yang positif terhadap proses pengambilan keputusan seseorang untuk menjadi wirausaha, yang direpresentasikan sebagai variabel Y.
2. Penelitian telah dilakukan untuk mengkaji efek media sosial terhadap keputusan untuk memulai usaha. Analisis statistik menggunakan uji t menunjukkan bahwa media sosial memiliki nilai signifikansi 0,000, yang jauh di bawah ambang batas 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa hipotesis kedua (H2) dapat diterima. Interpretasi dari temuan ini adalah bahwa variabel media sosial, yang dinotasikan sebagai X2, memiliki dampak positif yang signifikan terhadap proses pengambilan keputusan individu untuk menjadi wirausaha, yang direpresentasikan sebagai variabel Y.
3. Studi telah dilakukan untuk mengevaluasi dampak penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap keputusan untuk memulai usaha. Analisis statistik melalui uji t mengungkapkan bahwa sistem informasi akuntansi memiliki nilai signifikansi 0,000, yang secara substansial lebih rendah dari tingkat signifikansi 0,05. Temuan ini mengarah pada penerimaan hipotesis ketiga (H3). Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel sistem informasi akuntansi, yang dinotasikan sebagai X3, memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap proses pengambilan keputusan seseorang untuk menjadi wirausaha, yang direpresentasikan sebagai variabel Y.

Uji F (Simultan)

Hipotesis secara simultan bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 3
 Hasil Uji F (Simultan)
 ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	390,890	3	130,297	63,682	,000 ^b
	Residual	196,420	96	2,046		
	Total	587,310	99			
a. Dependent Variable: TOTAL_Y						
b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2						

Pada tabel menunjukkan bahwa uji F (Simultan digunakan untuk melihat bagaimana

pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikan Fhitung < nilai signifikan $\alpha = 0,05$, maka hipotesis yang akan diajukan dapat diterima. Sebaliknya jika nilai signifikan Fhitung > nilai signifikan $\alpha = 0,05$, maka hipotesis yang akan diajukan dapat ditolak atau tidak diterima. Hasil pengujian secara simultan dengan menggunakan nilai Fhitung pada taraf $\alpha = 0,05$ sebesar 63,682 ($F_{0,05} = 63,682$), dan nilai F sig sebesar 0,000 ($F_{sig} = 0,000$) yang berarti nilai F sig < $\alpha = 0,05$. Oleh karena itu secara keseluruhan atau bersama-sama variabel *e-commerce* (X1), *social media* (X2), sistem informasi akuntansi (X3) berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha (Y).

Uji koefisiensi Determinasi (R^2)

Tabel 4

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,816 ^a	,666	,655	1,430
a. Predictors: (Constant), TOTAL X3, TOTAL X1, TOTAL X2				
b. Dependent Variable: TOTAL Y				

Berdasarkan Tabel 5.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi diperoleh R Square sebesar 0,666 (66,6%), artinya kontribusi variabel *e-commerce*, *social media*, dan sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha sebesar 66.6% dan sisanya sebesar 33,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha.

Analisis uji hipotesis yang telah dilaksanakan mengungkapkan bahwa perdagangan elektronik (*e-commerce*) memiliki koefisien sebesar 0,149. Nilai signifikansi yang tercatat adalah 0,006, yang berada di bawah ambang batas 0,05. Berdasarkan hasil ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa *e-commerce* memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap proses pengambilan keputusan individu dalam memulai usaha atau berwirausaha. Dengan kata lain, keberadaan dan perkembangan *e-commerce* cenderung mendorong orang untuk mempertimbangkan dan mengambil langkah menjadi wirausaha. Ini berarti pernyataan **H1 diterima**.

Pengaruh *Social Media* Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha

Analisis statistik dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa media sosial memiliki koefisien sebesar 0,244. Tingkat signifikansi yang tercatat adalah 0,000, jauh di bawah ambang kritis 0,05. Interpretasi dari hasil ini mengindikasikan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap proses pengambilan keputusan seseorang untuk menjadi wirausaha. Dengan kata lain, kehadiran dan penggunaan media sosial cenderung meningkatkan kecenderungan individu untuk mempertimbangkan dan memutuskan untuk memulai usaha mereka sendiri. Ini berarti pernyataan **H2 diterima**.

Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha

Hasil analisis uji hipotesis mengungkapkan bahwa sistem informasi akuntansi memiliki koefisien sebesar 0,386. Nilai signifikansi yang tercatat adalah 0,000, yang secara substansial lebih rendah dari ambang batas 0,05. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan

bahwa sistem informasi akuntansi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap proses pengambilan keputusan individu untuk menjadi wirausaha. Dengan kata lain, keberadaan dan penggunaan sistem informasi akuntansi cenderung mendorong dan mempengaruhi seseorang secara positif dalam mempertimbangkan dan memutuskan untuk memulai usaha mereka sendiri. Ini berarti pernyataan **H3 diterima**.

Pengaruh *E-Commerce*, *Social Media*, Dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa ketiga variabel yang diteliti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Variabel *e-commerce* menunjukkan nilai signifikansi uji t sebesar 0,006. Sementara itu, baik variabel media sosial maupun sistem informasi akuntansi memiliki nilai signifikansi uji t sebesar 0,000. Semua nilai ini berada di bawah ambang batas signifikansi 0,05. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut - *e-commerce*, media sosial, dan sistem informasi akuntansi - memiliki dampak positif yang signifikan terhadap proses pengambilan keputusan seseorang untuk menjadi wirausaha. Ini berarti pernyataan **H4 dapat diterima**.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan temuan pengujian hipotesis pada Bab V, ditarik berbagai kesimpulan, antara lain sebagai berikut:

1. Pengambilan keputusan untuk berwirausaha dipengaruhi secara positif oleh *e-commerce* (X1) dengan nilai koefisien 0,149 dan juga signifikansi 0,000 atau kurang dari 0,05 artinya berpengaruh positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika *e-commerce* meningkat 100% maka pengambilan keputusan untuk berwirausaha berpengaruh positif sebanyak 14,9% **Hipotesis pertama diterima**.
2. Pengambilan keputusan untuk berwirausaha dipengaruhi secara positif oleh *social media* (X2) dengan nilai koefisien 0,244 dan signifikansi 0,000 atau kurang dari 0,05 artinya berpengaruh positif. maka dapat disimpulkan bahwa jika *social media* (X2) meningkat 100% maka pengambilan keputusan untuk berwirausaha berpengaruh positif sebanyak 24,4% **Hipotesis kedua diterima**.
3. Pengambilan keputusan untuk berwirausaha dipengaruhi secara positif oleh sistem informasi akuntansi (X3) dengan nilai koefisien 0,386 dan signifikansi 0,000 atau kurang dari 0,05 artinya berpengaruh positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika (X3) meningkat 100% maka pengambilan keputusan untuk berwirausaha berpengaruh positif sebanyak 3,86% **Hipotesis ketiga diterima**.
4. Pengambilan keputusan untuk berwirausaha dipengaruhi secara positif oleh *e-commerce*, *social media*, dan penggunaan sistem informasi akuntansi (SIA). Artinya **Hipotesis keempat diterima**.
5. Koefisien determinasi adalah 0,666 sama dengan 66,6%. 33,4% menjelaskan bahwa varians pengambilan keputusan untuk berwirausaha oleh faktor-faktor di luar variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan 66,6% dipengaruhi oleh variabel *e-commerce*, *social media*, penggunaan sistem informasi akuntansi.

REFERENSI

Anshory, Mawardi Dan Anwar (2022). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Pengambilan Keputusan Dalam Berwirausaha. *E-JRA* Vol.11

No.03

- Fitriyah, Winarko, dan Kurniawan (2022). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 11 No. 1.
- Kahyangan, Utomo, Dan Wihartanti. Pengaruh Literasi Ekonomi, Sosial Ekonomi Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kecenderungan Berwirausaha Mahasiswa. Universitas PGRI Madiun.
- Lovita dan Susanty (2021). Peranan Pemahaman E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Kewirausahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen (JAM)*. Vol.18 No. 02.
- Pramiswari, Dharmadiaksa (2017). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi universitas udayana*. Vol.20.1. juli (2017): 261-289.
- Sari Dan Pravitasari (2022). Pengaruh Persepsi E-Commerce, Modal Usaha, Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keputusan Berwirausaha Di Pandemic Covid-19. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*. Vol. 6 No. 3.
- Wulandari, Maslichah, Dan Sudaryanti (2020). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Pengambilan Keputusan Dalam Berwirausaha Di Sanggam Mart Kabupaten Balangan. *E-JRA* Vol.09 No.04.