



# Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, E-Commerce, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Untuk Berwirausaha

Adinda Yunita Siswananti<sup>1</sup>, Elen Puspitasari<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank

E-mail: [adindayunitasiswananti@mhs.unisbank.ac.id](mailto:adindayunitasiswananti@mhs.unisbank.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank

E-mail: [elenpuspita@edu.unisbank.ac.id](mailto:elenpuspita@edu.unisbank.ac.id)

## ARTICLE INFO

## ABSTRACT

### Article history:

Received 30 Mei 2024

Received in revised form 2 Juni 2024

Accepted 10 Juni 2024

Available online 1 Juli 2024

*Information technology is very important for business, including accounting information systems. One way businesses use information technology to increase their competitiveness is e-commerce. Additionally, social media helps in implementing online marketing strategies. The aim of this research is to evaluate and analyze the impact of accounting information systems, e-commerce and social media on decisions made by entrepreneurs. This type of research is quantitative and uses an accidental sampling method to produce 230 respondents. This research collects data by distributing questionnaires on the network using Google Form, and data analysis is carried out using the SmartPLS SEM application for quantitative analysis. The conclusion of the t test shows that accounting information systems, e-commerce, and social media have a positive and significant impact on decisions made by entrepreneurs.*

*Keywords: Accounting Information Systems, E-Commerce, Social Media, Entrepreneurship*

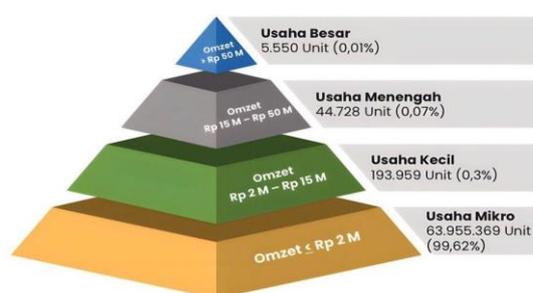
## 1. PENDAHULUAN

Pengangguran merupakan masalah besar bagi pemerintah dan masyarakat Indonesia. Hal ini akan berdampak pada tingkat kemiskinan suatu negara karena banyak masyarakat Indonesia yang belum memiliki pekerjaan meski memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi. Kewirausahaan merupakan salah satu fungsi dalam perekonomian nasional yaitu dengan membuka sejumlah lapangan pekerjaan baru. Wirausaha muda diharapkan akan muncul dan mampu menciptakan lapangan kerja serta dapat mengatasi angka pengangguran [1]. Wirausaha berperan penting dalam suatu negara agar dapat mewujudkan berbagai cara seperti meningkatkan kegiatan perekonomian suatu negara, memajukan perekonomian bangsa dan negara, meningkatkan taraf hidup masyarakat, membantu mengurangi pengangguran, dan membantu mengatasi permasalahan yang ada.

*Received Mei 23, 2024; Revised Juni 2, 2024; Accepted Juni 22, 2024*

Kemajuan dalam bidang teknologi dan ilmu pengetahuan telah membantu mendorong praktik kewirausahaan, yang pada gilirannya menghasilkan berbagai penemuan produk dan jasa baru bagi konsumen. Ini pasti akan membuka peluang kerja baru, membuka pasar baru, dan memungkinkan pertumbuhan bisnis di berbagai sektor. Semakin banyak lapangan pekerjaan yang tersedia akan berdampak positif pada pengurangan angka pengangguran dan meningkatkan pendapatan per kapita negara, yang akan mampu menunjang kehidupan masyarakat Indonesia.

Dunia wirausaha terus berkembang, seperti yang ditunjukkan oleh peningkatan kesadaran di kalangan generasi muda tentang kemungkinan bekerja sebagai wirausaha. Merujuk data Kementerian Koperasi & UKM per 2021, 64,2 juta pelaku Usaha Menengah Kecil & Mikro (UMKM) Indonesia berkontribusi terhadap PDB sebesar 57%, dan menyerap 97% angkatan kerja. Akan tetapi, berdasarkan data world bank, tingkat digitalisasi UMKM Indonesia masih 25% dan hanya berkontribusi ekspor sebesar 15%. Berdasarkan data tersebut, potensi pemberdayaan UMKM ini diyakini dapat mempercepat proses pemulihan ekonomi Indonesia.



**Gambar 1**

### Daftar UMKM di Indonesia

Sumber Data: Kemenkop UKM, 2021

Pada tahun 2021, unit usaha di Indonesia didominasi oleh usaha mikro sebesar 99,62% yang tercatat pada gambar 1. Pengembangan UMKM di Indonesia sangat penting untuk mengatasi permasalahan nasional seperti tingginya angka pengangguran dengan menciptakan lapangan kerja. Perdebatan mengenai kewirausahaan menjadi pusat perhatian para mahasiswa, pengusaha, dan pemerintah karena berdampak pada perekonomian suatu daerah dan negara. Kemajuan teknologi informasi di era modern mengalami perubahan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun. Dengan teknologi yang kompleks saat ini, persaingan antar wirausahawan sangat ketat sehingga memaksa wirausahawan untuk memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan kemampuannya secara signifikan.

Teknologi informasi juga memegang peranan penting dalam bisnis, termasuk penggunaan sistem informasi akuntansi. Informasi sangat dibutuhkan dalam pengambilan keputusan, sistem informasi akuntansi digunakan untuk melakukan kontrol terhadap seluruh aset dalam organisasi. Sistem informasi adalah konsep yang digunakan sebagai kriteria dasar untuk mengevaluasi sistem [2]. Wirausaha perlu memahami sistem informasi akuntansi karena berguna bagi penggunaannya terutama dalam pengelolaan keuangan dan memungkinkan merek meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengambilan keputusan untuk mencapai keuntungan yang maksimal [3].

Sistem Informasi Akuntansi sangat penting dalam pengambilan keputusan di sektor usaha kecil dan menengah (UKM). Sebab UKM merupakan sektor terbesar dalam pemerataan pendapatan dan mempunyai pengaruh besar dalam mencapai kesuksesan. Jika informasi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pengguna sistem, hal ini memungkinkan usaha untuk

menghasilkan keuntungan yang paling besar. Menyediakan data untuk mengelola aktivitas bisnis baru adalah salah satu tujuan umum sistem informasi akuntansi. Akibat meningkatnya persaingan di era globalisasi, banyak perusahaan yang mengandalkan sistem informasi modern untuk tetap kompetitif dan memasuki pasar internasional.

Sistem informasi akuntansi merupakan kumpulan komponen dan elemen bagi bisnis yang dapat memberikan informasi yang berguna bagi penggunanya, terutama dalam membuat proses keuangan menjadi lebih efektif dan efisien. Hal ini memungkinkan bisnis mencapai keuntungan yang maksimal dan dianggap efektif jika informasi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pengguna sistem. Salah satu tujuan umum sistem informasi akuntansi adalah menyediakan informasi untuk mengelola aktivitas bisnis baru. Saat ini, manfaat besar yang dihasilkan oleh penggunaan teknologi dan informasi membuktikan sistem informasi akuntansi semakin diterima sebagai sarana yang harus dimiliki dan penting dalam kewirausahaan.

Pemanfaatan teknologi informasi semakin banyak digunakan masyarakat dalam dunia bisnis sebagai kebutuhan penting untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan yang dikelolanya [4]. Salah satu bentuk teknologi informasi yang saat ini sedang dikembangkan adalah distribusi, pembelian, dan pemasaran barang dan jasa merupakan bentuk teknologi informasi yang semakin berkembang yang dapat dilakukan melalui telepon pintar dan jaringan komputer (*e-commerce*). *Elektronik Commerce (e-commerce)* merupakan salah satu jenis penerapan teknologi informasi yang banyak digunakan dalam dunia bisnis untuk meningkatkan daya saing. Transaksi komersial melalui media internet biasa disebut dengan perdagangan elektronik. Saat ini banyak pelaku ekonomi yang menggunakan *e-commerce* sebagai bagian dari pemasaran elektronik.

*E-commerce* adalah transaksi pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan Internet [5]. *E-commerce* menawarkan kesempatan kepada pengusaha untuk menjual produknya secara lebih luas dan nyaman serta memperoleh keuntungan yang lebih tinggi. *E-commerce* tidak sulit untuk digunakan dan mudah untuk digunakan. Wirausahawan cukup membuat situs web untuk menjual produknya di Internet dan memberi tahu lebih banyak orang tentang produk baru yang akan kami luncurkan. *E-commerce* tidak hanya mempunyai satu atau dua aplikasi saja, *e-commerce* kini dibuat oleh banyak programmer. Itu tergantung pada apa yang ingin dipilih pengguna karena mereka memiliki fungsi, tujuan, dan manfaat yang sama. Cukup download aplikasi yang ada menggunakan laptop, komputer, atau ponsel yang terhubung dengan internet. Wirausahawan dapat dengan mudah menggunakannya.

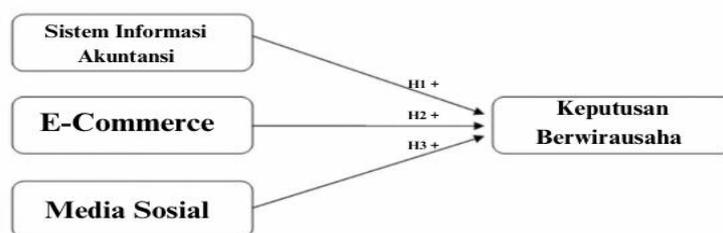
Penyebaran informasi yang semakin cepat diiringi dengan munculnya alat komunikasi yang semakin canggih yaitu internet. Internet telah menjadi alat komunikasi online yang sangat penting bagi banyak orang saat ini. Saat ini masyarakat cenderung lebih menyukai segala sesuatu yang praktis, cepat, dan fleksibel. Layanan media sosial juga telah menjadi konsep dan perilaku sederhana konsumen lainnya [6]. Media sosial yang paling umum digunakan seperti (*Instagram, Twitter, Tiktok, WhatsApp*) masing - masing media sosial tersebut mempunyai keunggulan dalam menarik jumlah pengguna yang banyak. Media sosial dapat meningkatkan kesadaran mereka tau produk [7]. Dengan menghadirkan materi promosi secara online melalui jejaring sosial, masyarakat dapat lebih mudah mengenali keberadaan produk yang kita tawarkan.

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan teori yang paling umum dan sering digunakan untuk mengukur perilaku penerimaan individu terhadap suatu sistem informasi atau teknologi tertentu. Perilaku digunakan terhadap seseorang disebut emosi positif atau negatif, ketika harus melakukan tindakan yang ditentukan dalam model *Technology Acceptance Model (TAM)* dapat digunakan untuk memprediksi minat. Niat berperilaku adalah kekuatan niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu [8]. Menurut teori TAM, penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi atau teknologi ditentukan oleh dua faktor penting: persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan.

*Theory of Planned Behavior (TPB)* digunakan peneliti untuk menentukan seseorang untuk memiliki keputusan berwirausaha atau tidak dalam menggunakan *e-commerce* dan media sosial. *Theory of Planned Behavior* merupakan teori yang dikembangkan oleh Ajzen, yang

merupakan penyempurnaan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikemukakan oleh [9]. TPB merupakan teori yang sangat berpengaruh dalam menjelaskan dan memprediksi perilaku. Menurut TRA, determinan perilaku adalah niat, dimana niat ditentukan oleh sikap dan norma subjektif. Sikap adalah evaluasi keseluruhan seseorang dalam melakukan suatu perilaku; norma subjektif mengacu pada persepsi seseorang tentang apa yang dipikirkan orang lain, apakah mereka menyetujui perilaku tersebut atau tidak. Dalam TPB juga termasuk pengendalian perilaku, yaitu persepsi mudah atau sulitnya seseorang melakukan suatu perilaku.

Penelitian ini menggunakan variabel independent sistem informasi akuntansi, *e-commerce* dan media sosial sedangkan variabel dependen keputusan berwirausaha. Variabel independent dalam penelitian ini diharapkan berpengaruh terhadap keputusan untuk berwirausaha. Berdasarkan penjelasan sebelumnya peneliti menyusun kerangka sebagai berikut:



**Gambar 2**  
**Kerangka Penelitian**

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

H1: Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif terhadap Keputusan untuk Berwirausaha

H2: *E – Commerce* berpengaruh positif terhadap Keputusan untuk Berwirausaha

H3: Media Sosial berpengaruh positif terhadap Keputusan untuk Berwirausaha

## VARIABEL PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan variabel dependen dan independen. Variabel independent adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan berwirausaha dan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan media sosial.

## KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA

Keputusan berwirausaha merupakan ketertarikan individu untuk aktivitas yang berhubungan dengan bisnis tanpa adanya paksaan dan ketertarikan tersebut murni berasal dari kesadaran yang tinggi dari seseorang untuk mencapai tujuannya, hal ini dapat dilihat dari kerja keras yang dilakukan seseorang dalam membangun usaha. Kewirausahaan dapat membentuk pemikiran, sikap dan perilaku peserta didik agar berminat menjadi wirausaha (*entrepreneur*), dilakukan secara sadar agar memiliki sikap, semangat, dan perilaku yang benar, perilaku dan kemampuan yang diperlukan untuk mendorong mereka memilih karir sebagai wirausahaan setelah lulus [10]. Kewirausahaan diartikan sebagai tingkat pengetahuan yang diperoleh dari proses pembelajaran setelah menjalani pelatihan kewirausahaan yang diperlukan untuk mendirikan dan mengelola suatu usaha [11].

## SISTEM INFORMASI AKUNTANSI

sistem informasi akuntansi adalah suatu sistem yang berguna untuk membuat dan menyediakan formulir, catatan dan laporan yang penting untuk menghasilkan informasi keuangan yang diperlukan untuk pengambilan keputusan yang cepat oleh manajemen, manajer dan pejabat perusahaan, sehingga menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi manajemen bisnis. Sistem informasi akuntansi adalah sekumpulan sumber daya (orang dan peralatan) dalam suatu organisasi, yang dirancang sedemikian rupa untuk memuat informasi keuangan dan informasi yang telah dikumpulkan untuk mendukung pengambilan keputusan. Sistem informasi akuntansi terdiri dari unsur-unsur yang tidak dapat dipisahkan, dimana setiap unsur saling melengkapi sehingga menghasilkan laporan yang akurat [12]. Sistem informasi akuntansi berasumsi bahwa setiap individu mempunyai tingkat kemauan yang berbeda-beda untuk mengadopsi inovasi. Karena itu, secara umum terlihat bahwa populasi penduduk yang mengadopsi suatu inovasi berdistribusi normal sepanjang waktu [13].

## ***E – COMMERCE***

*E-commerce* adalah bisnis atau perusahaan yang menyediakan transaksi atau memfasilitasi penjualan produk dan jasa melalui perdagangan elektronik, yang kemudian mengarah pada pembelian elektronik dan pemasaran elektronik. *E-commerce* adalah transaksi pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan Internet [5]. *E-commerce* merupakan suatu kegiatan yang sangat menjanjikan karena dapat menghubungkan penjual dan pembeli tanpa mengenal batas jarak dan waktu melalui internet. Hal ini diikuti dengan pengembangan sistem yang mampu mengatasi hambatan organisasi dan memungkinkan organisasi untuk bertukar informasi dan melakukan bisnis secara elektronik.

## ***MEDIA SOSIAL***

Media sosial adalah konten informasi, yang dibuat oleh orang-orang dengan menggunakan teknologi penerbitan, yang sangat mudah diakses dan bertujuan untuk memfasilitasi komunikasi, mempengaruhi pengaruh dan interaksi antara mereka dan dengan publik [14]. Media sosial adalah alat bagi konsumen untuk berbagi hal satu sama lain. Kemajuan teknologi ini akan memungkinkan semua penggunaannya untuk saling bertukar informasi, baik teks, gambar, audio, maupun video. Media social merupakan tempat berkumpulnya orang-orang untuk berbagi informasi dan tempat mencari teman baru serta berinteraksi dengan teman lain secara online. Media sosial yang berkembang sangat pesat di Indonesia adalah Instagram, Tiktok, dan Twitter.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **POPULASI DAN SAMPEL**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menerapkan desain studi empiris. Variabel yang digunakan meliputi dua variable yaitu, variable dependen dan variable independent. Variabel dependen riset ini ialah Keputusan Berwirausaha. Sementara, variable independent yang digunakan ialah Sistem informasi Akuntansi, *E – Commerce*, dan Media Sosial. Sumber data yaitu data primer dengan populasi yaitu mahasiswa akuntansi yang telah mendapatkan mata kuliah sistem informasi akuntansi. Jumlah sample yaitu sebanyak 230 sample dengan teknik pengambilan sample yaitu acedental sampling. Perangkat lunak yang digunakan sebagai analisis data adalah *SmartPLS 4*. Data riset dievaluasi dengan menggunakan Analisa Outer Model, Analisa Inner Model dan Uji Hipotesis.

## ANALISIS STATISTIC DATA

### ANALISA OUTER MODEL

Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan telah sesuai untuk pengukuran (valid dan reliabel) [15]. Analisis model ini mengidentifikasi hubungan antara variabel laten dan indikatornya. Analisa outer model dapat dilihat dari beberapa indikator:

1. *Convergent Validity* adalah Indikator dievaluasi berdasarkan korelasi antara skor item/skor komponen dan skor konstruk. Hal ini terlihat dari *Standardized Loading Factor* yang mewakili besarnya korelasi antara setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Nilai yang diharapkan  $> 0,7$ .
2. *Discriminant validity* adalah nilai faktor cross-loading yang membantu menentukan apakah konstruk tersebut memiliki diskriminan yang cukup. Untuk melakukan ini, bandingkan nilai dalam konfigurasi target. Nilai ini harus lebih besar dari nilai konfigurasi lainnya.
3. *Composite reliability* merupakan indikator untuk mengukur konstruksi yang ditampilkan dalam tampilan koefisien variabel laten. Ada dua alat pengukuran untuk menilai keandalan material komposit: *internal consistency* dan *cronbach's alpha*. Pengukuran apabila suatu nilai konfigurasi mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi jika nilai reliabilitasnya  $> 0,7$ .

### ANALISA INNER MODEL

Analisa Inner model biasanya juga disebut dengan (inner relation, structural model dan substantive theory), menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan substantive theory. Analisis model ini berkaitan dengan pengujian hubungan antar konstruk laten. Analisis ini memiliki beberapa perhitungan:

1. R Square adalah koefisien untuk menentukan struktur endogen. Kriteria untuk membatasi nilai R-squared menjadi tiga kategori yaitu 0,67 signifikan; 0,33 adalah moderat dan 0,19 lemah [16].
2. Effect size (F square) untuk menentukan kualitas model. Penafsiran nilai f-squared yaitu 0,02 mempunyai pengaruh yang rendah; 0,15 mempunyai pengaruh sedang dan 0,35 mempunyai pengaruh besar pada tingkat struktural [16].

### UJI HIPOTESIS

Dalam pengujian hipotesis hal ini terlihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas sebesar. Untuk pengujian hipotesis khususnya menggunakan nilai statistik, untuk alpha 5% nilai-nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Jadi, patokan menerima/menolak hipotesis adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak bila t-statistik  $> 1,96$ . Untuk menolak/menerima hipotesis menggunakan probabilitas,  $H_a$  diterima jika nilai  $p < 0,05$ .

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### ANALISA OUTER MODEL

Model penelitian ini dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares (PLS) dan didukung dengan software SmartPLS 4. PLS merupakan salah satu alternatif teknik pemodelan persamaan struktural (SEM) yang dapat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang sangat kompleks namun besar dalam hubungan antar variabel. Dalam *outer model* dilakukan pengujian *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Composite reliability*.

### CONVERGENT VALIDITY

Validitas konvergen ditentukan oleh reliabilitas item (indeks validitas) yang ditunjukkan oleh nilai-nilai loading faktor. Koefisien pemuatan adalah nilai numerik yang menunjukkan

korelasi antara skor suatu item pertanyaan dengan skor indeks konstruk yang mengukur konstruk tersebut. Nilai faktor beban yang lebih besar dari 0,7 dianggap valid. Setelah mengolah data di SmartPLS 4, berikut dapat dilihat hasil load factor seperti pada Tabel 1:

**Tabel 1**  
**Nilai Uji Convergent Validity**

Variabel	Indikator	Loading Factor	AVE	Kesimpulan
Sistem Informasi Akuntansi	X1.1 <- X1	0.718	0.535	Valid
	X1.2 <- X1	0.715		Valid
	X1.3 <- X1	0.776		Valid
	X1.4 <- X1	0.732		Valid
	X1.5 <- X1	0.713		Valid
E - Commerce	X2.1 <- X2	0.740	0.554	Valid
	X2.2 <- X2	0.761		Valid
	X2.3 <- X2	0.763		Valid
	X2.4 <- X2	0.747		Valid
	X2.5 <- X2	0.708		Valid
	X2.6 <- X2	0.744		Valid
Media Sosial	X3.1 <- X3	0.749	0.541	Valid
	X3.2 <- X3	0.743		Valid
	X3.3 <- X3	0.728		Valid
	X3.4 <- X3	0.723		Valid
	X3.5 <- X3	0.702		Valid
	X3.6 <- X3	0.749		Valid
	X3.7 <- X3	0.751		Valid
Keputusan Berwirausaha	Y1 <- Y	0.834	0.660	Valid
	Y2 <- Y	0.823		Valid
	Y3 <- Y	0.813		Valid
	Y4 <- Y	0.786		Valid
	Y5 <- Y	0.806		Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari hasil pengolahan data dengan SmartPLS yang ditunjukkan pada Tabel 1, bahwa semua indikator pada masing – masing variable dalam penelitian ini memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0,7 dan dikatakan valid.

### DISCRIMINANT VALIDITY

Validitas diskriminan mengacu pada sejauh mana indikator membedakan dalam konfigurasi alat ukur. Nilai cross loading menunjukkan besarnya korelasi antara setiap konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk blok lainnya. Suatu model pengukuran memiliki discriminant validity yang baik apabila korelasi antara konstruk dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi dengan indikator dari konstruk blok lainnya. Setelah mengolah data di SmartPLS 4, berikut dapat dilihat hasil load factor seperti pada Tabel 2:

Tabel 2

#### Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity

	Sistem Informasi Akuntansi (X1)	E - Commerce (X2)	Media Sosial (X3)	Keputusan Berwirausaha (Y)
Sistem Informasi Akuntansi (X1)	0.731			
E - Commerce (X2)	0.429	0.744		
Media Sosial (X3)	0.435	0.481	0.735	
Keputusan Berwirausaha (Y)	0.430	0.394	0.393	0.813

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari hasil pengolahan data dengan SmartPLS yang ditunjukkan pada Tabel 2, menunjukkan bahwa nilai korelasi konstruk dengan indikatornya lebih besar daripada nilai korelasi dengan konstruk lainnya. Oleh karena itu, seluruh konstruk atau variabel laten mempunyai *discriminant validity* yang baik, dan pada blok indikator konstruk lebih baik dibandingkan indikator pada blok lainnya.

### COMPOSITE RELIABILITY

Pengujian reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui nilai reliabilitas suatu pertanyaan survei serta mengukur sikap dan konsistensi responden terhadap survei yang diajukan peneliti. Uji reliabilitas ini dapat dilakukan melalui composite reliability. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memuat struktur yang dianggap reliabel jika reliabilitasnya  $> 0,7$ .

Tabel 3

#### Composite reliability

	Composite reliability ( $\rho_a$ )	Kesimpulan

<b>Sistem Informasi Akuntansi (X1)</b>	0.806	Reliabel
<b>E – Commerce (X2)</b>	0.840	Reliabel
<b>Media Sosial (X3)</b>	0.866	Reliabel
<b>Keputusan Berwirausaha (Y)</b>	0.875	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari hasil pengolahan data dengan SmartPLS yang ditunjukkan pada Tabel 3, bahwa hasil pengujian composite reliability menunjukkan nilai > 0.7 yang berarti semua variabel dinyatakan reliabel.

### ANALISA INNER MODEL

Analisis model structural atau (inner model) bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian. Bagian yang perlu dianalisis dalam model structural yakni, uji collinerity, koefisien determinasi (R Square) dan uji F-Square dengan pengujian hipotesis.

### UJI COLLINERITY

Suatu variabel dapat digunakan dalam sebuah model jika tidak terjadi kolinearitas yang tinggi dengan nilai VIF < 5. Jika nilai VIF > 5 maka variabel tersebut harus dikeluarkan dari model penelitian.

**Tabel 4**  
**Uji Collinerity**

	<b>Nilai VIF</b>
<b>Sistem Informasi Akuntansi (X1)</b>	1.336
<b>E – Commerce (X2)</b>	1.411
<b>Media Sosial (X3)</b>	1.419

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari hasil pengolahan data dengan SmartPLS yang ditunjukkan pada Tabel 4, bahwa hasil pengujian collinerity menunjukkan nilai kurang dari 5 sehingga data dipastikan tidak terjadi multicollinearity.

### KOEFISIEN DETERMINASI (R<sup>2</sup>)

Model internal dapat diukur dengan menghitung signifikansi R-squared struktur dependen, uji t, dan koefisien parameter jalur struktural. Ada tiga kategori saat mengelompokkan nilai R-squared. Jika nilai R-squared sebesar 0,75 termasuk dalam kategori kuat. Nilai R-squared sebesar 0,50 menempatkan pada kategori sedang dan 0,25 pada kategori lemah [17].

**Tabel 5**  
**Uji R-Square**

	R-square	R-square adjusted
Y	0.263	0.253

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari hasil pengolahan data dengan SmartPLS yang ditunjukkan pada Tabel 6, R-Square ( $R^2$ ) yang ditunjukkan yaitu sebesar 0,253 Sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa nilai R-Square ( $R^2$ ) tergolong dengan kategori lemah.

Hasil R-Square pada tabel 4.8 sistem informasi akuntansi, *e – commerce*, dan media sosial terhadap keputusan berwirausaha memberikan nilai sebesar 0.253, sistem informasi akuntansi, *e – commerce*, dan media sosial 25.3% terhadap keputusan berwirausaha, sedangkan sisanya 74.7% dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti.

### UJI F-SQUARE ( $F^2$ )

Ukuran efek f-square atau effect size dihitung sebagai nilai absolut kontribusi individual setiap variabel laten prediktor pada nilai R-Square variabel kriteria. Peneliti akan melihat pengaruh substantif dari konsepsi endogen yang dipengaruhi oleh konsepsi eksogen melalui nilai  $F^2$ . Besarnya pengaruh substantif diklasifikasikan menjadi 3, yaitu 0,02; 0,15; dan 0,35 secara berurutan masuk dalam kategori pengaruh rendah, medium, dan tinggi [18].

**Tabel 6**  
**Uji F-Square**

	Keputusan Berwirausaha (Y)	Kesimpulan
<b>Sistem Informasi Akuntansi (X1)</b>	0.073	Rendah
<b>E – Commerce (X2)</b>	0.035	Rendah
<b>Media Sosial (X3)</b>	0.033	Rendah

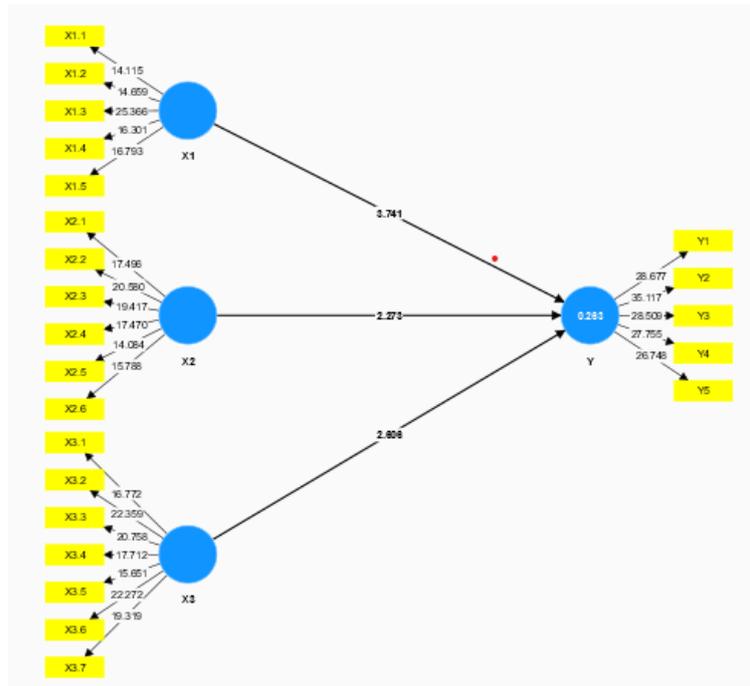
Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari hasil pengolahan data dengan SmartPLS yang ditunjukkan pada Tabel 6, F-Square ( $F^2$ ) yang ditunjukkan yaitu X1 sebesar 0.073, X2 sebesar 0.035 dan X3 sebesar 0.033. sehingga berdasarkan hasil tersebut bahwa nilai F-Square ( $F^2$ ) tergolong dengan kategori rendah.

### UJI HIPOTESIS

Uji hipotesis pada PLS didasarkan pada nilai yang terdapat pada analisis structural model, tingkat signifikansi path coefficient didapat dari nilai t-statistic dan nilai standardized path coefficient. Batas nilai pengujian hipotesis yaitu nilai-t muatan faktornya (factor loadings) lebih besar dari nilai kritis ( $\geq 1.96$ ) dan p-value dengan alpha ( $< 0.05$ ).

**Gambar 3**  
**Hasil Hipotesis**



**Tabel 7**

**Specific Indirect Effect**

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Y	0.268	0.274	0.072	3.741	0.000
X2 -> Y	0.189	0.191	0.083	2.273	0.023
X3 -> Y	0.186	0.192	0.071	2.606	0.009

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Hasil uji hipotesis melalui inner model dapat dilihat pada path coefficient seperti tabel 7, hasil dari masing-masing hipotesis dapat dijelaskan seperti berikut:

**1. Hipotesis 1: Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha**

Sistem informasi akuntansi terhadap keputusan berwirausaha, memberikan nilai koefisien jalur sebesar 0.274 dan memiliki nilai P-Values sebesar 0.000 serta nilai t-statistik sebesar 3.741 (t-statistik > t-tabel 1,96). Menunjukkan bahwa, sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha, maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 1 didukung, karena nilai t-statistik memenuhi persyaratan yaitu t-statistik > t-tabel 1,96.

**2. Hipotesis 2: E – Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha**

*E - Commerce* terhadap keputusan berwirausaha, memberikan nilai koefisien jalur sebesar 0.189 dan memiliki nilai P-Values sebesar 0.023 serta nilai t-statistik sebesar 2.273 (t-statistik > t-tabel 1,96). Menunjukkan bahwa, *e - commerce* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha, maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 2 didukung, karena nilai t-statistik memenuhi persyaratan yaitu t-statistik > t-tabel 1,96.

### **3. Hipotesis 3: Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha**

Media sosial terhadap keputusan berwirausaha, memberikan nilai koefisien jalur sebesar 0.186 dan memiliki nilai P-Values sebesar 0.009 serta nilai t-statistik sebesar 2.606 (t-statistik > t-tabel 1,96). Menunjukkan bahwa, media sosial berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha, maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 3 didukung, karena nilai t-statistik memenuhi persyaratan yaitu t-statistik > t-tabel 1,96.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Keputusan untuk Berwirausaha**

Pada hasil uji Hipotesis Pertama menunjukkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha, pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap Keputusan Berwirausaha. Besarnya pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Keputusan untuk Berwirausaha adalah sebesar 0,247 atau 24,7%.

### **2. Pengaruh *E - Commerce* terhadap Keputusan untuk Berwirausaha**

Pada hasil uji Hipotesis Pertama menunjukkan bahwa *E – Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha, pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa *E – Commerce* berpengaruh terhadap Keputusan Berwirausaha. Besarnya pengaruh *E - Commerce* terhadap Keputusan untuk Berwirausaha adalah sebesar 0.189 atau 18,9%.

### **3. Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan untuk Berwirausaha**

Pada hasil uji Hipotesis Pertama menunjukkan bahwa Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha, pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa Media Sosial berpengaruh terhadap Keputusan Berwirausaha. Besarnya pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan untuk Berwirausaha adalah sebesar 0,186 atau 18,6%.

## **4. KESIMPULAN**

Penelitian ini dilakukan untuk pengaruh variable independen berupa sistem informasi akuntansi, *e – commerce*, dan media sosial terhadap keputusan untuk berwirausaha. Berdasarkan hasil dari analisa data dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Menurut hasil uji t, Sistem informasi Akuntansi secara signifikan berpengaruh positif terhadap Keputusan untuk Berwirausaha.
2. Menurut hasil uji t, *E – Commerce* berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap Keputusan untuk Berwirausaha.
3. Menurut hasil uji t, Media Sosial berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap Keputusan untuk berwirausaha.

## **KETERBATASAN PENELITIAN**

Penelitian yang dilakukan pada penelitian ini mempunyai keterbatasan dan memerlukan penelitian lebih lanjut untuk perbaikan dan pengembangan. Keterbatasan penelitian ini meliputi:

1. Sampel pada penelitian kali ini ditunjukkan kepada mahasiswa akuntansi yang telah mendapatkan mata kuliah sistem informasi akuntansi, namun karena belum semua mahasiswa mendapatkan mata kuliah sistem informasi akuntansi maka butuh beberapa waktu untuk mendapatkan sampel.
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel sistem informasi akuntansi, *e - commerce* dan media sosial. Sedangkan nilai Adjusted R<sup>2</sup> hanya memperoleh nilai sebesar 0,263. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas hanya memberikan pengaruh

sebesar 26,3% terhadap keputusan berwirausaha. Sedangkan sisanya 73,7% dipengaruhi oleh variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

### SARAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini terdapat beberapa saran dan rekomendasi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Peneliti yang melakukan penelitian yang sama dengan menggunakan variabel yang sama disarankan untuk mengumpulkan data melalui wawancara agar data yang diperoleh sesuai dengan kondisi dan kenyataan yang diteliti. Oleh karena itu, dimungkinkan untuk menambah jumlah sampel dan memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai keputusan untuk berwirausaha.
2. Pada penelitian selanjutnya, sebaiknya peneliti memperbanyak jumlah referensi agar hasil penelitian lebih lengkap dan analisis data lebih akurat.
3. Bagi peneliti lain yang mengerjakan topik yang sama untuk meningkatkan penelitiannya dengan menambahkan variabel – variabel selain variabel yang terdapat pada penelitian ini.

### REFERENCES

- [1] A. Rahmawati, C. Yohana, and A. Pratama, "Pengaruh Sosial Media dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *J. Bisnis, Manajemen, dan Keuang.*, vol. 3, no. 2, pp. 594–604, 2022, doi: 10.21009/jbmk.0302.19.
- [2] A. . L. S. S. Rai and R. B. Welker, "Assessing the Validity of IS Success Models: An Empirical Test and Theoretical Analysis.," *J. Inf. Syst. Res.*, vol. 13, no. <http://dx.doi.org/10.1287/isre.13.1.50.96>, pp. 50–69, 2002.
- [3] D. Yadewani<sup>1</sup> and R. Wijaya<sup>2</sup>, "JURNAL RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi I nformasi) Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang)," 2017, [Online]. Available: <http://jurnal.iaii.or.id>
- [4] F. N. Hakim and A. Syahfrudin Z, "Analisis Pengaruh E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha (Studi Empiris Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2016)," 2020.
- [5] P. Ganotakis and V. Lindsay, "E-commerce adoption within an entrepreneurial context," *Acad. Manag. J.*, no. 1, pp. 1–39, 2016.
- [6] R. H. Walker and Lester W. Johnson, " Why Consumer Use and Do Not Use Technology-Enabled. Journal of Service Marketing," *J. Serv. Mark.*, vol. 20, 2006.
- [7] W. Y. Agustina, H. Widiarti, and A. Yasmin, "Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pelajar Di Kota Tegal," *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., pp. 2013–2015, 2021.
- [8] F. D. Davis, . *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*, vol. 13(3), 319. *MIS Quarterly*, 1989.
- [9] I. Ajzen, "The theory of planned behavior," *Organ. Behav. Hum. Decis. Process.*, vol. 50, no. 2, pp. 179–211, 1991, doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- [10] M. Trihudyatmanto, "Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Pengaruh Faktor E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Gender," *J. Penelit. dan Pengabd. Kpd. Masy. UNSIQ*, vol. 6, no. 2, pp. 93–103, May 2019, doi: 10.32699/ppkm.v6i2.678.
- [11] S. Nursito and A. J. S. Nugroho, "1690-4867-1-SM," 2013.

- 
- [12] S. D. Anggadini and L. Puspitawati, "Sistem Informasi Akuntansi," *Graha Ilmu*, 2011.
- [13] R. Puspitasari, "PENGARUH SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP EFEKTIVITAS SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL PENJUALAN (STUDI PADA PT GERONGAN SURAJAYA) Andayani Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya."
- [14] L. Thoyibie, "Psikologi Sosial Media," *Artik. Online*, 2010.
- [15] Ananda Sabil Hussein, "Penelitian bisnis dan manajemen menggunakan partial least squares (PLS) dengan smart PLS 3.0. Modul ajar jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas Brawijaya," 2015.
- [16] Chin. W. W., "The partial least squares approach for structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research*," *Lawrence Erlbaum Assoc. Publ.*, pp. 295–336, 1998.
- [17] W. C. B. B. J. B. Joseph F. Hair, "Multivariate Data Analysis," 2010.
- [18] I. Ghozali, "Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS," *Badan Penerbit UNDIP, Semarang.*, 2014.

**Internet:**

<https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/laporan/laporan-tahunan-kemenkeu>