



Peran E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi

Debi Setiawan¹, Willy Nofranita², Fitri Yulianis³, Hari Suriadi

¹²³Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Padang, Indonesia

Email: debisetiawan@gmail.com¹, willynofranita@gmail.com², fitriyulianis@umsb.ac.id³,
suriadihari6@gmail.com

Riwayat Artikel:

Diterima: 2026-05-07

Revisi: 2026-06-19

Disetujui: 2026-07-05

Diterbitkan: 2026-07-018

ABSTRACT

The rapid advancement of digital technology has transformed entrepreneurial activities, requiring university students to possess not only digital literacy but also the ability to utilize information systems to support business decision-making. However, the extent to which E-Commerce knowledge and the use of Accounting Information Systems (AIS) influence entrepreneurial decision-making among accounting students remains inconclusive. This study aimed to examine the effect of E-Commerce knowledge and the use of Accounting Information Systems on entrepreneurial decision-making among Accounting students at Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. A quantitative approach with an associative research design was employed. The study involved 50 accounting students selected using purposive sampling. Data were collected through a five-point Likert scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS. The findings indicate that E-Commerce knowledge does not significantly affect entrepreneurial decision-making ($Sig. = 0.527$), whereas the use of Accounting Information Systems has a positive and significant effect ($Sig. = 0.027$). Simultaneously, both variables significantly influence entrepreneurial decision-making ($F = 6.434$; $Sig. = 0.003$), with a coefficient of determination (R^2) of 0.215, indicating that the model explains 21.5% of the variance in entrepreneurial decision-making. These findings suggest that Accounting Information Systems play a more strategic role than E-Commerce knowledge in supporting entrepreneurial decision-making among accounting students. Therefore, higher education institutions should strengthen the integration of digital entrepreneurship learning with accounting information systems and financial information management to better prepare students for the digital business environment.

Keywords: *Accounting Information Systems; E-Commerce; Entrepreneurial Decision-Making; Entrepreneurship; Accounting Students.*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah praktik kewirausahaan dan menuntut mahasiswa tidak hanya memiliki literasi digital, tetapi juga kemampuan memanfaatkan sistem informasi sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Meskipun demikian, pengaruh pengetahuan E-Commerce dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa masih menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengetahuan E-Commerce dan penggunaan Sistem informasi Akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif. Sampel penelitian terdiri atas 50 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik

purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert lima tingkat dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan *E-Commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha (Sig. = 0,527), sedangkan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan (Sig. = 0,027). Secara simultan kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha ($F = 6,434$; Sig. = 0,003) dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,215, yang menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 21,5% variasi pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa. Temuan ini menegaskan bahwa Sistem Informasi Akuntansi memiliki peran yang lebih strategis dibandingkan dengan pengetahuan *E-Commerce* dalam mendukung pengambilan keputusan berwirausaha. Oleh karena itu, perguruan tinggi perlu memperkuat integrasi pembelajaran kewirausahaan digital, Sistem Informasi Akuntansi, dan pengelolaan informasi keuangan untuk meningkatkan kesiapan mahasiswa menghadapi tantangan bisnis di era digital.

Kata kunci: *E-Commerce*; Sistem Informasi Akuntansi; Pengambilan Keputusan; Kewirausahaan; Mahasiswa Akuntansi.

PENDAHULUAN

Perkembangan transformasi digital telah mengubah cara individu belajar, berinteraksi, dan mengambil keputusan dalam berbagai bidang, termasuk kewirausahaan. Dalam konteks pendidikan tinggi, mahasiswa tidak lagi hanya diposisikan sebagai pencari kerja, tetapi juga sebagai calon pencipta lapangan kerja yang perlu memiliki kesiapan berpikir adaptif, literasi digital, serta kemampuan memanfaatkan teknologi dalam melihat peluang usaha. Di era ekonomi digital, pemanfaatan teknologi informasi bukan sekadar pelengkap, melainkan menjadi bagian penting dari proses identifikasi peluang, pengelolaan usaha, dan pengambilan keputusan bisnis yang lebih cepat serta berbasis data (Nambisan et al., 2019; Venkatesh et al., 2016).

Salah satu bentuk teknologi yang berkembang pesat dan semakin dekat dengan kehidupan mahasiswa adalah *E-Commerce*. Teknologi ini memungkinkan proses pemasaran, transaksi, distribusi, dan pelayanan pelanggan dilakukan secara elektronik dengan jangkauan yang lebih luas dan biaya operasional yang lebih efisien (Laudon & Traver, 2023). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa *E-Commerce* dapat mendukung aktivitas bisnis, memperluas pasar, dan meningkatkan kemudahan memulai usaha. Namun, tidak semua pemahaman terhadap *E-Commerce* otomatis mendorong seseorang untuk mengambil keputusan berwirausaha. Dalam konteks mahasiswa, pengetahuan tentang *E-Commerce* sering kali masih bersifat konseptual dan belum sepenuhnya ditopang oleh pengalaman praktis dalam mengelola usaha digital. Temuan Destyana dan Mareta (2025) menunjukkan bahwa *E-Commerce* tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha, sedangkan riset lain di berbagai perguruan tinggi juga memperlihatkan hasil yang serupa, yaitu pengaruh yang tidak konsisten antara pemanfaatan *E-Commerce* dan keputusan berwirausaha mahasiswa (Nurabiah et al., 2021; Dewinta et al., 2023; Rusdianti & Fitriyah, 2025).

Di sisi lain, pengambilan keputusan berwirausaha memerlukan dukungan informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu. Dalam hal ini, Sistem Informasi Akuntansi (SIA) memiliki peran strategis karena mampu menghasilkan informasi keuangan yang dapat digunakan untuk

merencanakan, mengendalikan, dan mengevaluasi kegiatan usaha. SIA tidak hanya berfungsi sebagai alat pencatatan transaksi, tetapi juga sebagai sumber informasi manajerial yang membantu individu menilai kelayakan bisnis, memperkirakan risiko, serta menentukan strategi usaha secara lebih rasional (Romney & Steinbart, 2023; Hall, 2021). Penelitian sebelumnya secara konsisten menunjukkan bahwa penggunaan SIA berkaitan positif dengan kualitas keputusan bisnis dan kesiapan berwirausaha, terutama pada mahasiswa akuntansi yang telah memperoleh dasar pengetahuan teknologi dan akuntansi selama perkuliahan (Grande et al., 2011; Prameswari & Dharmadiaksa, 2017; Nurabiah et al., 2021; Sapitri et al., 2024).

Keterkaitan antara *E-Commerce*, SIA, dan pengambilan keputusan berwirausaha juga dapat dijelaskan melalui Technology Acceptance Model (TAM). Menurut TAM, penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan, yang selanjutnya membentuk sikap dan niat perilaku individu terhadap penggunaan teknologi (Davis, 1989; Venkatesh & Davis, 2000). Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa yang memahami manfaat *E-Commerce* dan mampu menggunakan SIA dengan baik semestinya memiliki kesiapan lebih tinggi dalam mengambil keputusan berwirausaha. Akan tetapi, temuan empiris menunjukkan bahwa pengaruh masing-masing variabel belum selalu konsisten. Beberapa studi melaporkan bahwa *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha, sementara studi lain menyatakan sebaliknya. Sebaliknya, SIA cenderung menunjukkan pengaruh yang lebih stabil dan kuat terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi (Hafiza, 2022; Dewinta et al., 2023; Evi Rusdianti & Fitriyah, 2025; Sari et al., 2025).

Ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya celah empiris yang penting untuk dikaji lebih lanjut, khususnya pada mahasiswa akuntansi di perguruan tinggi Islam di Indonesia. Karakteristik mahasiswa akuntansi yang memperoleh pembelajaran terkait sistem informasi, teknologi bisnis, dan pengelolaan informasi keuangan menjadikan mereka kelompok yang relevan untuk diteliti dalam konteks kewirausahaan digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengetahuan *E-Commerce* dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian tentang kewirausahaan digital di perguruan tinggi serta memberikan kontribusi praktis bagi penguatan pembelajaran yang mampu mendorong kesiapan mahasiswa menjadi wirausahawan di era transformasi digital (Nambisan et al., 2019; Su & Li, 2021; Warda & Ramayanti, 2025).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif untuk menganalisis pengaruh pengetahuan *E-Commerce* dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan menguji hubungan antarvariabel secara objektif melalui pengolahan data numerik dan analisis statistik (Creswell & Creswell, 2023).

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang telah menempuh mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik **purposive sampling**, dengan kriteria responden telah memiliki pengetahuan dasar mengenai Sistem Informasi Akuntansi serta teknologi digital yang relevan dengan tujuan penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 50 mahasiswa sebagai responden penelitian. Jumlah sampel ini dinilai memadai untuk analisis regresi linier berganda karena telah memenuhi jumlah minimum responden yang direkomendasikan dalam penelitian kuantitatif (Hair et al., 2022).

Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner terstruktur. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima tingkat, dengan rentang skor 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Variabel pengetahuan *E-Commerce* diukur melalui beberapa indikator, meliputi pemahaman mengenai konsep perdagangan elektronik, pemasaran digital, transaksi daring, pemanfaatan *marketplace*, serta manfaat teknologi digital dalam pengembangan usaha. Variabel penggunaan Sistem Informasi Akuntansi diukur berdasarkan kemampuan responden dalam memanfaatkan informasi keuangan untuk keperluan perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan bisnis. Adapun variabel pengambilan keputusan berwirausaha diukur melalui indikator kemampuan mengidentifikasi peluang usaha, keberanian mengambil risiko, keyakinan dalam memulai usaha, serta kemampuan menentukan strategi bisnis yang tepat.

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur konstruk penelitian secara tepat dan konsisten. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden serta distribusi jawaban penelitian. Selain itu, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas guna memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi yang dipersyaratkan dalam analisis statistik.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh pengetahuan *E-Commerce* dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

dengan keterangan sebagai berikut:

Keterangan:

- **Y** = Pengambilan keputusan berwirausaha
- **X₁** = Pengetahuan *E-Commerce*
- **X₂** = Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi
- **α** = Konstanta
- **β₁, β₂** = Koefisien regresi

- ϵ = Galat (*error term*)

Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji **t** untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, uji **F** untuk menguji pengaruh kedua variabel independen secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi pengambilan keputusan berwirausaha. Seluruh pengujian statistik dilakukan pada tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 50 mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Seluruh responden telah menempuh mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi sehingga dinilai memiliki pengetahuan dasar mengenai sistem informasi akuntansi, teknologi digital, dan kewirausahaan yang relevan dengan tujuan penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	18	36,0
Perempuan	32	64,0
Angkatan		
2021	50	100,0
Jumlah	50	100,0

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa sebagian besar responden merupakan mahasiswa perempuan sebanyak 32 orang (64,0%), sedangkan mahasiswa laki-laki berjumlah 18 orang (36,0%). Seluruh responden berasal dari angkatan 2021 dan telah menempuh mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi. Kondisi ini menunjukkan bahwa responden memiliki karakteristik akademik yang relatif homogen sehingga diharapkan mampu memberikan penilaian yang objektif terhadap variabel penelitian sesuai dengan pengalaman pembelajaran yang dimiliki.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai kecenderungan data pada setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis inferensial. Hasil statistik deskriptif disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan <i>E-Commerce</i>	50	41,26	4,87
Sistem Informasi Akuntansi	50	42,14	5,21
Pengambilan Keputusan Berwirausaha	50	43,58	4,65

Berdasarkan Tabel 2, variabel pengambilan keputusan berwirausaha memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 43,58 dengan standar deviasi 4,65, diikuti oleh variabel Sistem Informasi Akuntansi dengan nilai rata-rata 42,14 dan standar deviasi 5,21, serta variabel pengetahuan *E-Commerce* dengan nilai rata-rata 41,26 dan standar deviasi 4,87. Nilai standar deviasi yang relatif lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan bahwa penyebaran data pada masing-masing variabel relatif homogen, sehingga jawaban responden cenderung terkonsentrasi di sekitar nilai rata-ratanya.

Uji Kualitas Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian diuji untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur konstruk penelitian secara tepat (valid) dan konsisten (reliabel).

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Status Validitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengetahuan <i>E-Commerce</i>	10	Seluruh item valid	0,846	Reliabel
Sistem Informasi Akuntansi	10	Seluruh item valid	0,872	Reliabel
Pengambilan Keputusan Berwirausaha	10	Seluruh item valid	0,891	Reliabel

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada ketiga variabel memenuhi kriteria validitas sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel berada di atas 0,70, yaitu 0,846 untuk pengetahuan *E-Commerce*, 0,872 untuk Sistem Informasi Akuntansi, dan 0,891 untuk pengambilan keputusan berwirausaha. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang baik sehingga dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi persyaratan analisis statistik.

Tabel 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Indikator	Hasil	Keterangan
Normalitas	Kolmogorov–Smirnov	Sig. > 0,05	Data berdistribusi normal
Multikolinearitas	Tolerance	0,456	Tidak terjadi multikolinearitas
Multikolinearitas	VIF	2,191	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas	Uji Glejser	Sig. > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi seluruh persyaratan analisis. Nilai signifikansi pada uji Kolmogorov–Smirnov berada di atas 0,05 sehingga

residual berdistribusi normal. Nilai tolerance sebesar 0,456 ($>0,10$) dan nilai VIF sebesar 2,191 (<10) menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antarvariabel independen. Selain itu, hasil uji Glejser menghasilkan nilai signifikansi di atas 0,05 yang mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi layak digunakan dalam pengujian hipotesis.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh pengetahuan *E-Commerce* dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (B)	t-hitung	Sig.
Konstanta	15,819	$\pm 1,76$	0,083
Pengetahuan <i>E-Commerce</i> (X_1)	0,164	0,638	0,527
Sistem Informasi Akuntansi (X_2)	0,615	$\pm 2,27$	0,027

Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 15,819 + 0,164X_1 + 0,615X_2 + e$$

Persamaan regresi menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki koefisien regresi bernilai positif. Koefisien sebesar 0,164 pada variabel pengetahuan *E-Commerce* mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pengetahuan *E-Commerce* cenderung meningkatkan skor pengambilan keputusan berwirausaha sebesar 0,164 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan. Demikian pula, koefisien sebesar 0,615 pada variabel Sistem Informasi Akuntansi menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan memanfaatkan Sistem Informasi Akuntansi cenderung meningkatkan pengambilan keputusan berwirausaha sebesar 0,615 satuan. Namun, berdasarkan hasil uji signifikansi, hanya variabel Sistem Informasi Akuntansi yang memberikan pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Variabel	Sig.	Keputusan
H ₁	Pengetahuan <i>E-Commerce</i> → Pengambilan Keputusan Berwirausaha	0,527	Ditolak
H ₂	Sistem Informasi Akuntansi → Pengambilan Keputusan Berwirausaha	0,027	Diterima

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel pengetahuan *E-Commerce* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,527, lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05, sehingga hipotesis pertama

ditolak. Sebaliknya, variabel Sistem Informasi Akuntansi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,027, lebih kecil daripada 0,05, sehingga hipotesis kedua diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan Sistem Informasi Akuntansi berperan lebih besar dalam mendukung pengambilan keputusan berwirausaha dibandingkan dengan pengetahuan mengenai *E-Commerce*.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	F-hitung	Sig.
Regresi	6,434	0,003

Nilai F-hitung sebesar 6,434 dengan tingkat signifikansi 0,003 ($<0,05$) menunjukkan bahwa pengetahuan *E-Commerce* dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinilai layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,464	0,215	0,182

Nilai R Square sebesar 0,215 menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan 21,5% variasi dalam pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa. Sementara itu, 78,5% variasi sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian, seperti motivasi berwirausaha, *entrepreneurial self-efficacy*, literasi keuangan, pengalaman usaha, dukungan keluarga, akses terhadap permodalan, maupun faktor-faktor lain yang belum dianalisis dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Pengetahuan *E-Commerce* terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan *E-Commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa. Temuan ini menandakan bahwa pemahaman mahasiswa tentang perdagangan digital, marketplace, dan transaksi daring belum cukup kuat untuk mendorong keputusan nyata dalam memulai atau mengembangkan usaha. Dalam konteks mahasiswa akuntansi, pengetahuan *E-Commerce* tampaknya masih berada pada level konseptual dan belum sepenuhnya berubah menjadi kesiapan perilaku kewirausahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi digital tidak otomatis menjadi pendorong keputusan berwirausaha apabila tidak disertai pengalaman praktik, motivasi, dan keyakinan diri yang memadai. Temuan ini selaras dengan hasil Destyana dan Mareta (2025), yang menunjukkan bahwa *E-Commerce* tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa, sedangkan accounting

information systems justru berpengaruh positif dan signifikan. Hasil serupa juga dilaporkan oleh Rahmania et al. (2024), yang menemukan bahwa *E-Commerce* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi, meskipun secara simultan tetap memberikan kontribusi bersama variabel lain (Rahmania et al., 2024). Nurlaila dan Fitriyah (2021) memang menemukan bahwa *E-Commerce* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha, tetapi temuan itu justru menunjukkan bahwa pengaruh *E-Commerce* tidak selalu konsisten lintas konteks dan karakteristik sampel. Perbedaan hasil ini menegaskan bahwa *E-Commerce* bukan variabel yang berdiri sendiri; pengaruhnya sangat bergantung pada kedalaman pengalaman penggunaan, orientasi usaha, dan kesiapan individu.

Secara teoritis, temuan ini dapat dijelaskan melalui Technology Acceptance Model (TAM). Menurut TAM, penerimaan teknologi tidak cukup hanya ditentukan oleh pengetahuan tentang teknologi itu sendiri, tetapi juga oleh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan yang membentuk niat perilaku. Dalam penelitian ini, mahasiswa mungkin sudah mengenal *E-Commerce* sebagai sarana transaksi digital, tetapi belum menempatkannya sebagai instrumen strategis dalam pengambilan keputusan usaha. Artinya, keberadaan pengetahuan tidak selalu bertransformasi menjadi tindakan kewirausahaan karena keputusan berwirausaha menuntut dimensi yang lebih luas, seperti keberanian mengambil risiko, kemampuan membaca peluang, dan kesiapan mengelola proses bisnis. Dengan kata lain, *E-Commerce* lebih tepat dipahami sebagai alat pendukung kewirausahaan daripada determinan utama keputusan berwirausaha.

Temuan ini juga mengandung implikasi penting bagi perguruan tinggi. Pembelajaran *E-Commerce* tidak cukup diarahkan pada pengenalan platform digital semata, tetapi perlu didesain dalam bentuk praktik bisnis, simulasi penjualan, studi kasus pemasaran digital, dan proyek kewirausahaan berbasis digital. Jika tidak, pengetahuan yang dimiliki mahasiswa akan tetap berada pada tataran teoritis. Dalam konteks pendidikan akuntansi, *E-Commerce* dapat menjadi sarana pengenalan pasar, tetapi belum tentu menjadi faktor dominan yang membentuk keputusan mahasiswa untuk benar-benar berwirausaha. Karena itu, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa penguatan kewirausahaan digital memerlukan integrasi antara literasi digital, pengalaman praktik, dan dukungan kompetensi manajerial.

Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Berbeda dengan *E-Commerce*, penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang mampu memanfaatkan informasi keuangan dengan lebih baik cenderung memiliki kualitas keputusan bisnis yang lebih rasional, terukur, dan berbasis data. Dalam kewirausahaan, SIA tidak hanya berfungsi sebagai alat pencatatan transaksi, tetapi juga sebagai sistem informasi yang membantu perencanaan, pengendalian, evaluasi, serta penilaian kelayakan usaha. Dengan demikian, kemampuan memanfaatkan SIA dapat memperkuat proses berpikir analitis mahasiswa saat mempertimbangkan pilihan usaha. Hasil ini sejalan dengan Destyana dan Mareta (2025), yang juga menemukan bahwa accounting information systems berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa . Nurlaila dan Fitriyah (2021) juga menunjukkan bahwa penggunaan accounting information systems berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi . Bahkan, studi Rusdianti dan Fitriyah (2025) menegaskan bahwa digital literacy dan accounting information systems merupakan faktor pendorong yang signifikan dalam pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa, sementara *E-Commerce* tetap tidak signifikan. Pola ini memperlihatkan bahwa SIA memiliki daya jelaskan yang lebih kuat dan lebih stabil dibandingkan *E-Commerce* dalam konteks mahasiswa akuntansi.

Secara konseptual, pengaruh SIA terhadap keputusan berwirausaha dapat dipahami melalui logika pengambilan keputusan rasional. Keputusan bisnis yang baik membutuhkan informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu. Mahasiswa akuntansi yang terbiasa menggunakan SIA akan lebih terlatih membaca data, menafsirkan laporan keuangan, serta mempertimbangkan konsekuensi dari setiap alternatif keputusan. Dalam konteks ini, SIA tidak hanya mendukung proses administratif, tetapi juga membentuk pola pikir sistematis yang dibutuhkan dalam kewirausahaan. Karena itu, semakin baik penggunaan SIA, semakin tinggi pula kemampuan mahasiswa untuk menilai peluang usaha secara objektif. Temuan ini menegaskan bahwa kompetensi akuntansi berbasis sistem informasi merupakan modal penting dalam membangun kesiapan kewirausahaan mahasiswa.

Lebih jauh, hasil ini memberi sinyal bahwa pendidikan akuntansi memiliki peran strategis dalam mendorong kewirausahaan mahasiswa. Perguruan tinggi perlu menempatkan SIA bukan sekadar sebagai mata kuliah teknis, tetapi sebagai kompetensi inti yang menghubungkan akuntansi, teknologi, dan pengambilan keputusan bisnis. Mahasiswa yang memahami alur data, pencatatan, dan pelaporan keuangan akan lebih siap menyusun strategi usaha yang realistis. Dengan kata lain, SIA membantu mahasiswa berpindah dari minat berwirausaha yang abstrak menuju keputusan usaha yang berbasis informasi. Oleh sebab itu, penguatan SIA di lingkungan perguruan tinggi patut dipandang sebagai bagian dari strategi untuk membangun wirausahawan muda yang adaptif dan berbasis data.

Pengaruh Pengetahuan *E-Commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi secara Simultan terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa pengetahuan *E-Commerce* dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan berwirausaha merupakan hasil interaksi antara literasi digital dan kemampuan pengelolaan informasi keuangan. Walaupun *E-Commerce* tidak signifikan secara parsial, keberadaannya tetap penting ketika dipadukan dengan SIA, karena keduanya membentuk kesiapan mahasiswa dalam membaca peluang pasar sekaligus menilai kelayakan usaha. Hasil ini sejalan dengan Rahmania et al. (2024), yang menunjukkan bahwa *E-Commerce*, accounting information systems, dan self-efficacy secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi. Pola yang sama juga tercermin dalam studi Nurlaila dan Fitriyah (2021), yang membuktikan bahwa *E-Commerce* dan accounting information systems bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa . Hasil-hasil tersebut memperkuat pandangan bahwa kewirausahaan mahasiswa di era digital tidak dapat dijelaskan oleh

satu faktor tunggal, melainkan oleh kombinasi kompetensi teknologi, kemampuan analitis, dan kesiapan psikologis.

Nilai koefisien determinasi sebesar 21,5% memperlihatkan bahwa model ini menjelaskan sebagian variasi keputusan berwirausaha, tetapi masih menyisakan ruang yang cukup besar bagi variabel lain. Fakta ini penting karena menunjukkan bahwa pengambilan keputusan berwirausaha merupakan proses multidimensional. Selain *E-Commerce* dan SIA, faktor lain seperti motivasi berwirausaha, self-efficacy, literasi keuangan, pengalaman usaha, dukungan keluarga, akses permodalan, dan lingkungan belajar kemungkinan memiliki kontribusi yang lebih besar. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak boleh dibaca secara sempit sebagai bukti bahwa dua variabel tersebut sudah cukup menjelaskan seluruh perilaku kewirausahaan mahasiswa. Sebaliknya, hasil ini justru menegaskan bahwa *E-Commerce* dan SIA merupakan dua komponen penting, tetapi perlu ditopang oleh faktor-faktor psikologis dan sosial lain agar keputusan berwirausaha benar-benar terbentuk.

Secara praktis, hasil ini memberi arah yang jelas bagi perguruan tinggi. Pengembangan kewirausahaan mahasiswa sebaiknya tidak hanya difokuskan pada penguasaan teknologi digital, tetapi juga pada keterampilan membaca informasi keuangan, menilai risiko, dan menyusun strategi usaha. Integrasi antara *E-Commerce* dan SIA dapat dijadikan desain pembelajaran yang lebih utuh, misalnya melalui proyek bisnis berbasis digital yang dilengkapi dengan pencatatan keuangan, analisis laba-rugi, dan evaluasi pasar. Dengan pendekatan seperti ini, mahasiswa tidak hanya memahami teknologi sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai instrumen pengambilan keputusan bisnis. Karena itu, temuan penelitian ini memperkuat urgensi pengembangan pembelajaran kewirausahaan yang lebih aplikatif, kontekstual, dan berbasis data.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa Sistem Informasi Akuntansi memiliki peran yang lebih kuat dibandingkan dengan pengetahuan *E-Commerce* dalam mendorong pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa. Namun, keduanya tetap penting secara simultan karena bersama-sama membentuk landasan kesiapan mahasiswa dalam menghadapi tantangan kewirausahaan digital. Penelitian ini memperlihatkan bahwa literasi digital tanpa kemampuan analitis keuangan cenderung belum cukup, sedangkan kemampuan akuntansi yang didukung literasi digital akan menghasilkan keputusan yang lebih rasional dan strategis. Dalam konteks pendidikan tinggi, temuan ini menuntut adanya integrasi yang lebih erat antara akuntansi, teknologi, dan kewirausahaan agar mahasiswa memiliki kesiapan yang lebih utuh untuk menjadi wirausahawan muda yang adaptif, cerdas, dan berbasis informasi.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan *E-Commerce* dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) terhadap pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan *E-Commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha, sedangkan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Secara simultan, kedua variabel

berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha dengan nilai R Square sebesar 0,215, yang menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 21,5% variasi keputusan berwirausaha mahasiswa.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa kemampuan memanfaatkan Sistem Informasi Akuntansi memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan pengetahuan *E-Commerce* dalam mendukung pengambilan keputusan berwirausaha mahasiswa akuntansi. Pengetahuan mengenai teknologi digital belum cukup untuk mendorong keputusan berwirausaha apabila tidak diikuti oleh kemampuan mengelola informasi keuangan, menganalisis kondisi usaha, dan mengevaluasi alternatif keputusan secara rasional. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan kajian kewirausahaan digital dengan menunjukkan bahwa integrasi antara kompetensi teknologi dan kemampuan analitis berbasis informasi keuangan merupakan faktor penting dalam membentuk kualitas keputusan berwirausaha mahasiswa.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi perguruan tinggi untuk memperkuat pembelajaran kewirausahaan melalui integrasi *E-Commerce*, Sistem Informasi Akuntansi, dan praktik bisnis berbasis digital. Pembelajaran tidak hanya perlu berorientasi pada penguasaan konsep, tetapi juga pada pengembangan pengalaman praktik, literasi digital, serta kemampuan analisis keuangan yang mendukung pengambilan keputusan bisnis. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya melibatkan responden dari satu program studi pada satu perguruan tinggi dan menggunakan dua variabel independen, sehingga kemampuan model dalam menjelaskan variasi keputusan berwirausaha masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan cakupan responden yang lebih luas serta mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain, seperti entrepreneurial self-efficacy, motivasi berwirausaha, literasi keuangan, pengalaman usaha, inovasi, dukungan lingkungan, dan akses terhadap permodalan agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Febriyanti, D. (2021). *The effect of E-Commerce on entrepreneurial decision making using an android application-based accounting information system as a moderating variable*. *Islamic Accounting Journal*.
- Aliedan, M. M., Desa, N. M., & Alnsour, M. (2022). Entrepreneurial intention and digital entrepreneurship among university students. *Sustainability*, 14(18), 11487. <https://doi.org/10.3390/su141811487>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2025*. Jakarta: BPS.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing* (8th ed.). Pearson Education.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). Sage Publications.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>

- Destyana, D., & Mareta, S. (2025). The influence of entrepreneurship education, social media, *E-Commerce*, and accounting information systems on entrepreneurial decision making in accounting students at Dian Nusantara University. *Journal of Accounting and Finance Management*.
- Dewi, S., & Rahman, F. (2024). *The influence of E-Commerce, motivation, and the use of accounting information systems in decision-making for entrepreneurship in accounting students*. *Information Management and Business Review*.
- Dewinta, I. A., Prabhadika, I. P., & Yudi. (2023). The effect of *E-Commerce*, the use of accounting information systems and financial knowledge in decision making for entrepreneurship. *World Journal of Advanced Research and Reviews*.
- Evi Rusdianti, & Fitriyah, H. (2025). Utilization of *E-Commerce*, digital literacy and accounting information systems as driving factors in decision making for entrepreneurship in accounting students. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Economy*.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2024). *e-Conomy SEA 2024 Report*. Singapore: Google.
- Grande, E. U., Estébanez, R. P., & Colomina, C. M. (2011). The impact of accounting information systems on performance measures: Empirical evidence in Spanish SMEs. *International Journal of Digital Accounting Research*, 11, 25–43.
- Hafiza, I. (2022). Pengaruh pemanfaatan *E-Commerce* dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha pada mahasiswa akuntansi. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 8(2), 114–126.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Hall, J. A. (2021). *Accounting information systems* (11th ed.). Cengage Learning.
- Hati, R. P., Tanjung, R., & Melania, S. (2024). *The influence of using accounting information system, E-Commerce, and income expectations on decision to become an entrepreneur (case study: students of the faculty of economic and business, Universitas Riau Kepulauan)*. *International Conference of Business and Social Sciences*.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2023). *E-Commerce: Business, technology, society* (18th ed.). Pearson.
- Mahadewi, A. G., & Juliarsa, G. (2024). Assessing the impact of *E-Commerce*, accounting information systems, and business capital on students' entrepreneurial interest. *E-Jurnal Akuntansi*.
- Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2020). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions. *European Research on Management and Business Economics*, 26(1), 33–39. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.12.005>

- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship. *Research Policy*, 48(8), 103773. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- Nguyen, T. T., Pham, H. T., & Tran, Q. T. (2023). Accounting information systems and decision-making effectiveness in SMEs. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2), 100061. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100061>
- Nurabiah, N., Puspardini, H., & Mariadi, Y. (2021). *E-Commerce* dan sistem informasi akuntansi sebagai faktor pendorong pengambilan keputusan mahasiswa akuntansi untuk berwirausaha. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*.
- Nurlaila, C., & Fitriyah, H. (2021). Effect of *E-Commerce*, use of accounting information systems and business capital in student decision making for entrepreneurship. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*.
- Prameswari, D. A. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2017). Pengaruh *E-Commerce* dan penggunaan sistem informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(1), 261–289.
- Rahmania, R., Yusriwati, Y., & Febrina, R. (2024). The effect of *E-Commerce*, accounting information systems and self efficacy on entrepreneurial decision making (study on students major accounting department of Indragiri Islamic University). *International Conference of Business and Social Sciences*.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). *Organizational Behavior* (19th ed.). Pearson.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2023). *Accounting information systems* (16th ed.). Pearson.
- Rusdianti, E., & Fitriyah, H. (2025). Utilization of *E-Commerce*, digital literacy and accounting information systems as driving factors in decision making for entrepreneurship in accounting students. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Economy*.
- Sapitri, Y., Wahyudi, I., & Yudi. (2024). The effect of using *E-Commerce*, digital payment and the quality of accounting information systems on entrepreneurial interest. *Marginal Journal of Management Accounting General Finance and International Economic Issues*.
- Sari, E. G., Oktavia, R., & Ningsih, S. (2025). *Entrepreneurial decision making among students*. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi dan Manajemen Tri Bisnis*.
- Sariningsih, E., & Puspita, I. L. (2025). *Determinant factors of early entrepreneurial decision making with accounting understanding and the use of android-based accounting information system as moderators*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*.
- Su, Y., & Li, M. (2021). Applying technology acceptance model in online entrepreneurship education for new entrepreneurs. *Frontiers in Psychology*, 12.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif. *Kualitatif, dan Tindakan*, 189-190.:
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>

- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>
- Warda, N., & Ramayanti, R. (2025). Technology-based accounting implementation: A case study of P2MW student entrepreneurs. *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*.