

**PENGARUH *E-COMMERCE*, *DIGITAL PAYMENT* DAN PENGGUNAAN SISTEM
INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK
BERWIRAUSAHA**



**Universitas
Alma Ata**
The Globe Inspiring University

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Alma Ata
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Oleh :

AHMAD SULAIMAN
NIM 182300017

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA**

2025

ABSTRAK

Kemajuan teknologi pada era modern sangat berkembang pesat seperti yang kita ketahui saat ini, akan tetapi banyak sekali yang belum memanfaatkannya sebagai suatu solusi dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha. Salah satu bentuk teknologi informasi yang berkembang saat ini adalah pembelian, penjualan, penyebaran, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik internet, gadget, televisi, jaringan komputer *e-commerce*. Perkembangan fitur *e-commerce* menjadi salah satu bentuk alternatif yang bisa digunakan untuk kepuasan konsumen berbelanja berbasis *online* karena dari segi waktu mereka menjadi lebih hemat dan mudah untuk mengakses suatu produk. Perkembangan teknologi yang begitu pesat telah membawa beberapa perubahan dalam pemasaran, salah satu perubahannya adalah adanya peralihan pada pembayaran saat bertransaksi, dari pembayaran tunai secara konvensional menjadi pembayaran digital yang biasa disebut dengan *digital payment*. Dalam membangun sebuah usaha atau bisnis, seorang wirausaha juga harus memahami sistem data akuntansi. Informasi akuntansi sangat berguna oleh berbagai pihak, baik dari manajemen perusahaan maupun bagi calon konsumen.

Kata Kunci: *E-commerce*, *Digital payment*, penggunaan sistem informasi akuntansi, Keputusan berwirausaha

Abstract

The advancement of technology in the modern era has developed rapidly as we know today, yet many have not utilized it as a solution in making decisions for entrepreneurship. One form of information technology that is currently evolving is the buying, selling, distributing, and marketing of goods and services through electronic systems such as the internet, gadgets, television, and e-commerce computer networks. The development of e-commerce features has become one alternative that can be used for consumer satisfaction in online shopping because in terms of time, it becomes more economical and easier to access a product. The rapid technological advancement has brought several changes in marketing, one of which is the shift in payment methods during transactions, from conventional cash payments to digital payments, commonly referred to as digital payment. In building a business or enterprise, an entrepreneur must also understand the accounting data system. Accounting information is very useful for various parties, both from the company's management and for potential consumers.

Keywords: *E-commerce, digital payment, the use of accounting information systems, entrepreneurial decision making.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi pada era modern sangat berkembang pesat seperti yang kita ketahui saat ini, akan tetapi banyak sekali yang belum memanfaatkannya sebagai suatu solusi dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha (Margareta *et.al.*, 2019). Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis atau usaha.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta jiwa pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat hingga 2,67 persen dibanding periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta jiwa. Artinya internet dapat digunakan sebagai peluang usaha yang besar dalam menjalankan bisnis karena dapat membantu dalam mempromosikan dan memasarkan produk secara efektif.

Perkembangan teknologi informasi merupakan cara mudah dalam melakukan bisnis, selain informasi yang didapatkan akurat, cepat, dan kemudahan dalam bertransaksi menjadi hasil perkembangan teknologi informasi, salah satu bentuk teknologi informasi yang berkembang saat ini adalah pembelian, penjualan, penyebaran, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik internet, gadget, televisi, jaringan komputer *e-commerce* (Pramiswari *et. al.*, 2017).

Bentuk evolusi dipasar global perkembangan teknologi informasi di ranah bisnis untuk mengelolah operasi bisnis adalah *e-commerce*. *E-commerce*

merupakan suatu sistem untuk memfasilitasi penjualan produk atau pun jasa berbasis *online* dengan sistem komputer untuk meningkatnya efisiensi secara keseluruhan (Pramiswari et. al., 2017). Perkembangan fitur *e-commerce* menjadi salah satu bentuk alternatif yang bisa digunakan untuk kepuasan konsumen berbelanja berbasis *online* karena dari segi waktu mereka menjadi lebih hemat dan mudah untuk mengakses suatu produk.

Pemahaman masyarakat yang kurang dalam pemasaran digital, rendahnya motivasi untuk menjalankan bisnis, kesulitan dalam kreativitas desain visual, serta ketidakmerataan layanan perbankan menjadi suatu permasalahan yang mengakibatkan perkembangan UMKM menjadi tidak optimal. Dampak lain dari kurangnya pemahaman Masyarakat dalam pemasaran digital adalah banyaknya yang orang tidak mendapatkan pekerjaan yang mengakibatkan jumlah pengangguran menjadi semakin besar serta berdampak pada perekonomian di Indonesia, hal ini dapat teratasi dengan memberdayakan orang-orang untuk berwirausaha (Margareta & Setiawati, 2019).

Menurut Badan Pusat Statistik, (2023) Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia pada bulan Agustus 2024 sebesar 4,91 persen, turun sebesar 0,41 persen poin dibanding Agustus 2023. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada Februari 2023 di Yogyakarta sebesar 3,58 persen, mengalami penurunan 0,15 persen poin dibanding Februari 2022 (3,73 persen). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada tahun 2023 di Kabupaten Bantul sebesar 3,78 persen. Perkembangan teknologi termasuk pemanfaatan *e-commerce* dan *digital payment* sangat membantu seseorang dalam berwirausaha karena kemudahan yang diperoleh (Anugrah dan Prianthara, 2018).

Perkembangan teknologi yang begitu pesat telah membawa beberapa perubahan dalam pemasaran, salah satu perubahannya adalah adanya peralihan pada pembayaran saat bertransaksi, dari pembayaran tunai secara konvensional menjadi pembayaran digital yang biasa disebut dengan *digital payment* (Suryanto *et., al.* 2022).

Pembayaran digital atau *digital payment* dalam usaha memberikan beberapa keuntungan, seperti peningkatan kenyamanan dan kemudahan akses dalam transaksi keuangan. Proses transaksi yang dapat dilakukan di mana saja untuk mempermudah pelanggan dalam berbelanja serta membuka peluang penjualan bagi pelaku UMKM. Selain itu, pelaku UMKM dapat mengakses riwayat transaksi yang dapat dicek setiap saat, memahami preferensi mereka, dan meningkatkan strategi penjualan (Putri & Soeparan, 2022). Menurut Statista, 2024 Jumlah pengguna di segmen 'Pembayaran Digital' pasar *fintech* di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat antara tahun 2024 dan 2028 dengan total 60,7 juta pengguna (+42,07 persen). Setelah peningkatan selama sepuluh tahun berturut-turut, indikator tersebut diperkirakan akan mencapai 204,97 juta pengguna dan karenanya mencapai puncak baru pada tahun 2028. Khususnya, jumlah pengguna segmen 'Pembayaran Digital' pasar *fintech* terus meningkat selama beberapa tahun terakhir. Penelitian yang dilakukan Suryanto *et., al.* (2022) menunjukkan bahwa pembayaran digital memberikan beberapa manfaat yang dirasakan oleh pelaku usaha, karena penggunaannya ini dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi, terutama untuk pelaku UMKM.

Wirausaha menjadi suatu alternatif yang dapat dikembangkan terutama untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi pengangguran (Ardiyani dan Kusuma, 2016). Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian

Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp 9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja. Menurut Bapperida DIY, (2023) pelaku usaha UMKM mencapai angka 324.408 unit usaha, angka ini naik dari angka sebelumnya di tahun 2022 sebesar 324.745 unit usaha. Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bantul pada tahun 2023 mencapai 95.455 unit, dan diklaim sebagai jumlah terbanyak di Daerah Istimewa Yogyakarta. Ini menandakan bahwa sistem informasi yang handal sangat membantu kegiatan organisasi sehingga dapat beroperasi secara efisien dapat diambil dengan tepat (Wahyuni dan Soenarto, 2018).

Seorang wirausaha juga harus memahami sistem data akuntansi. Sistem data akuntansi merupakan suatu sistem yang mengumpulkan, mencatat, menyimpan, dan memproses informasi serta transaksi penjualan. Informasi akuntansi sangat berguna oleh berbagai pihak, baik dari manajemen perusahaan maupun bagi calon konsumen. Salah satu sistem informasi yang berperan penting bagi wirausahawan adalah sistem informasi akuntansi.

Sistem informasi akuntansi ini suatu kumpulan SDM dan modal dalam suatu organisasi yang tugasnya membuat informasi keuangan dan informasi dari pemrosesan catatan transaksi. Sebuah alat yang menggabungkan informasi dan teknologi yang telah diciptakan untuk membantu dalam mengelola juga mengendalikan segala aktivitas organisasi yang berkaitan dengan keuangan (Melasari, 2017). Dengan adanya persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut para pengusaha untuk menjalankan usaha mereka dengan sangat efektif dan efisien.

Keberadaan Sistem informasi akuntansi sangat penting dan menjadi faktor penentu kemudahan dalam menjalankan bisnis (Safrida, 2023).

Dibutuhkan sosialisasi mendalam dan keahlian kepada pelaku UMKM dalam bidang pemasaran digital dan peningkatan pendapatan melalui platform digital (Wibowo, *et.,al.* 2024). Penelitian menunjukkan bahwa Keputusan kewirausahaan dipengaruhi oleh *e-commerce*, *digital payment* dan pemahaman sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha (Fikri *et., al.* 2023).

Berdasarkan latar belakang penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti **“Pengaruh *E-commerce*, *Digital Payment* dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha”**

B. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dari latar belakang diatas, antara lain :

1. Pengaruh kemajuan teknologi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.
2. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap *E-commerce*
3. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap *Digital Payment*
4. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap Sistem Informasi Akuntansi

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka pernyataan penelitian yaitu :

1. Apakah *E-commerce* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha?
2. Apakah *Digital Payment* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha?
3. Apakah Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.
2. Untuk mengetahui pengaruh *digital payment* terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.
3. Untuk mengetahui pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

E. Manfaat Penelitian

Untuk tercapainya dari tujuan penelitian di atas, manfaat yang didapat dari hasil penelitian ini dijabarkan sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

1. Referensi teori pada penelitian ini dapat bagaimana dampak *e-commerce*, *digital payment* dan sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

2. Dapat menambah wawasan dibidang keilmuan maupun pengembangan ilmu mengenai pengambilan keputusan berwirausaha.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Akademik

Penelitian berharap penelitian ini menjadi sarana untuk bahan bacaan atau ladang ilmu bagi pembaca dan memberikan pengetahuan terkait pengaruh *e-commerce*, *digital payment* dan sistem informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan berwirausaha.

2. Bagi UMKM atau Pelaku Usaha

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur dan bahan pertimbangan untuk para pelaku usaha atau UMKM dan dapat menerapkan dengan optimal teknologi informasi karena hal tersebut sejalan dengan perkembangan teknologi saat dalam berwirausaha.

Daftar Pustaka

- Ibrahim & Muslimin. (2022). Pengaruh E-Commerce, Ekspektasi Pendapatan, dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 14(1), 30–43. <https://doi.org/10.37151/jsma.v14i1.90>
- Badan Pusat Statistik, (2023) Profil Industri Mikro dan kecil Daerah Istimewah Yogyakarta.
- Kadin Indonesia, *Indonesian Chamber of Commerce and Industry* 2023 UMKM Indonesia.
- Bantulkab.go.id (2023) Bantul Dukung UMKM Naik Kelas
- Antara. (2024). Ratusan stan UMKM ramaikan Bantul Creative Expo 2024. *Kamis, 25 Juli 2024 10:34 WIB*. <https://www.antaranews.com/berita/4215215/ratusan-stan-umkm-ramaikan-bantul-creative-expo-2024> *canggih yang memiliki performa setara dengan komputer, disertai dengan minat dan kebutuhan yang berbeda lahirnya aplikasi- aplikasi canggih dan praktis yang ada saat ini. Terutama di masa pandemi.* (2020). 1–6.
- Fikri, Samri & Nasution, (2023). Pengaruh E-commerce Dan Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(1), 252–260. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.13329>
- Ghozali. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- A.Sarwono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Sihombing & Sulisty, (2021). Pengaruh *e-commerce* dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Pendahuluan Michael Jonatan Sihombing dan Hari Sul. *Sosains.Greenvest*, 1(April), 309–321.
- Karsen, Chandra & Juwitasary, (2019). Technological factors of mobile payment: A systematic literature review. *Procedia Computer Science*, 157, 489–498. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.004>
- Handayani & Soeparan, (2022). Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Revitalisasi UMKM. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 1(3), 20–32. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v1i3.425>
- Margareta & Setiawati, (2019). Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha (Studi Kasus pada Perguruan Tinggi Swasta Di Wilayah Surakarta). *Jurnal Akuntansi*.

- Marsuking, Ariyani, et., al. (2022). Pemberdayaan dan Penguatan UMKM di Dusun Gandekan, Kelurahan Guwosari, Kapanewon Pajangan, Kabupaten Bantul, DIY. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 16–24.
<https://doi.org/10.55606/jpmi.v1i3.309>
- Melasari, (2017). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Integritas Karyawan Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perbankan Di Tembilahan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6 (1), 1–15.
- Nurabiah, Pusparini & Mariadi. (2021). E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Faktor Pendorong Pengambilan Keputusan. Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 5(2), 238–253. <https://doi.org/10.29303/jaa.v5i2.97>
- Anggraeni, Halim & Zulkarnaeni, (2022). Pengaruh E- Commerce, Digital Payment Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Jember). *National Multidisciplinary Sciences*, 1(5), 718–734.
- Pramiswari & Dharmadiaksa, (2017). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(1), 261–289.
- Putri & Wibowo, (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(2), 1–23.
- Rahmawati (2015). Pengaruh Modal Intelektual dan Pengungkapannya Terhadap Nilai Perusahaan: Efek Intervening Kinerja Perusahaan. *Journal Accounting Dan Investment*.
<https://journal.umy.ac.id/index.php/ai/article/view/1351/1398>
- Rapika (2021). Pengaruh E-commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Jurnal Akuntansi*, 3(2), 664–675.
- Riset & Sains, (2020). <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi> 1. 11(1), 1–19.
- Romney, M. B., Steinbart, P. J., Sakinah, K. N. safira, & Sari, N. P. (2017). Accounting Information Systems, 13th ed. Bahasa Indonesia. Sistem Informasi Akuntansi, Edisi 13. Salemba Empat.
- Safrida, (2023). Pengaruh E-commerce, Digital Payment, dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Semarang).
- Seni, & Ratnadi, (2017). Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12, 4043.
<https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i12.p01>

- Sukardi, (2014). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Bumi Aksara. <https://scholar.google.co.id/citations?user=toN83FcAAAAJ&hl=en>
- Sukayana & Sinarwati, (2022). Analisis Pengaruh Financial Behaviour dan Actual Use Digital Payment System Terhadap Pendapatan Usaha Sektor UMKM di Bali. *Explore*, 12(1), 87–93. <https://doi.org/10.35200/ex.v12i1.93>
- Suryanto, Muhyi & Kurniati, (2022). USE OF DIGITAL PAYMENT IN MICRO, SMALL AND MEDIUM BUSINESS. *Jurnal Penelitian Dan Penelitian Administrasi Bisnis*, 10(1), 1–52. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>
- Wibowo, Sujono, et., al. (2024). *OPTIMASI PENDAPATAN UMKM MELALUI PLATFORM DIGITAL MARKETING*. 11, 1584–1594.
- Wijayanti, (2025) Pengaruh Likterasi Keuangan , Kemudahan, Pembayaran Digital, dan Pengendalian diri Terhadap Prilaku Konsumtif