

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



Proposal Penelitian Disusun Sebagai Persyaratan Penyusunan Skripsi
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Diajukan oleh:

Meiti Matimbang

NIM: 202300065

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ALMA ATA
YOGYAKARTA**

2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel *e-commerce*, *digital payment*, *self-efficacy* dan sistem informasi akuntansi terhadap variabel pengambilan keputusan berwirausaha. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif dengan menggunakan data primer. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling yaitu purposive sampling dengan perolehan sampel 123 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan instrument kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *e-commerce* dan *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha, sedangkan variabel *digital payment* dan sistem informasi akuntansi berpengaruh negatif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Kata Kunci : *E-Commerce*, *Digital Payment*, *Self-Efficacy*, Sistem Informasi Akuntansi, Pengambilan Keputusan Berwirausaha

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of e-commerce, digital payment, self-efficacy, and accounting information systems on entrepreneurial decision-making. This study uses an associative quantitative research method using primary data. Sampling in this study uses a non-probability sampling technique, namely purposive sampling, with a sample of 123 respondents. The data collection technique in this study uses a questionnaire instrument. The results show that e-commerce and self-efficacy variables have a positive effect on entrepreneurial decision-making, while digital payment and accounting information systems variables have a negative effect on entrepreneurial decision-making.

Keywords : E-Commerce, Digital Payment, Self-Efficacy, Accounting Information Systems, Entrepreneurial Decision Making.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk yang besar, wilayah yang luas, keragaman budaya dan kekayaan alam yang berlimpah dan memiliki potensi besar dalam perekonomian global. Menurut Badan Pusat Statistik (2024) Jumlah penduduk Indonesia sebesar 281,6 juta jiwa, membuat Indonesia memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan perekonomian baik sebagai negara penghasil maupun pengguna bermacam produk Namun kenyataannya Indonesia termasuk dalam salah satu negara yang memiliki papulasi terbanyak. Tingginya jumlah penduduk yang ada di Indonesia menimbulkan suatu tantangan yang salah satunya pengangguran. Pengangguran menjadi masalah serius dan berdampak terhadap kondisi sosial perekonomian Indonesia (Okthafiani et al., 2024). Meningkatnya tingkat pengangguran di Indonesia sudah menjadi perhatian penting bagi pemerintah. Salah satu solusi yang dapat menanggulangi masalah pengangguran yaitu sektor ekonomi, khususnya melalui pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga penguatan kewirausahaan (Khamimah, 2021).

Kewirausahaan dianggap sebagai salah satu elemen penting dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi. Kewirausahaan menjadi tujuan pertumbuhan melalui penerapan inovasi dan kreativitas pada setiap usaha. Hal ini dikarenakan kewirausahaan memiliki peran khusus dalam mendorong

peningkatan produktivitas, yang menghasilkan surplus perdagangan serta mengurangi ketergantungan pada barang impor (Darjah et al., 2018). Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan wirausaha dapat memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian Indonesia. Sehingga dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha mengakibatkan bertambahnya peluang kerja yang tersedia (Taufiq & Indrayeni, 2022).

Banyaknya jumlah wirausaha sangat penting untuk terwujudnya pembangunan suatu negara agar masyarakat sejahtera. “Menteri Koperasi dan UKM (MenKopUKM), Teten Masduki menyampaikan bahwa agar Indonesia dapat mencapai status sebagai negara maju pada tahun 2045, diperlukan rasio pelaku usaha entrepreneur atau wirausahawan setidaknya sebesar 4% dari populasi produk” (Pasardana, 2023). Namun rasio wirausaha terhadap total penduduk di Indonesia masih sangat rendah. Saat ini Indonesia baru mencapai rasio kewirausahaan sebesar 3,47%. Dibandingkan dengan Singapura pengusahanya sudah mencapai 8,6% dan Malaysia maupun Thailand sudah diatas 4% dari total penduduknya, bahkan di negara maju rata-rata sudah mencapai 10-12% (Pasardana, 2023). Sehingga dalam menyiapkan wirausaha mencapai 4% pemerintah menargetkan 1 juta wirausaha baru agar statistik kewirausahaan naik dari 3,47% ke 3,95%. Ini diperkuat dengan dibuatkannya peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022, yang bertujuan mengatur terkait strategi dalam pengembangan kewirausahaan nasional.

Kewirausahaan merupakan suatu upaya yang memerlukan kemampuan dalam mengidentifikasi peluang usaha, kemudian mengorganisasikannya,

mengelolanya, juga mengambil resiko, serta mengembangkan usaha yang telah didirikan dengan tujuan dapat memperoleh keuntungan. Kewirausahaan dapat membantu seseorang menjadi mandiri dan kreatif dalam memanfaatkan peluang. Sehingga semakin banyak orang mencoba, maka semakin banyak pula orang yang tertarik pada pekerjaan tersebut, yang berarti semakin sedikit jumlah pengangguran (Andayanti & Harie, 2020) Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), Jumlah wirausahawan yang ada di Indonesia saat ini sebesar 3,59% atau 9,82 juta jiwa dari total populasi sebesar 273,52 juta jiwa dari total.

Kewirausahaan adalah kemampuan dalam berpikir kreatif dan inovatif, yang mencakup pemanfaatan peluang serta penerapan perubahan positif guna memastikan bisnis tetap tumbuh dan berkembang (Riyardi, 2019) Saat ini, dunia telah berada di era digital, masyarakat, perusahaan dan pemerintah dituntut untuk menyesuaikan diri akan kebutuhan yang terus berubah. Perkembangan teknologi ditandai dengan meningkatnya kegiatan kewirausahaan dan pertumbuhan bisnis online (Temu & Sari, 2020).

Berkembangnya era digital sekarang ini membuat berbagai jenis usaha mulai bermunculan, bukan hanya dari perusahaan besar tetapi usaha mikro kecil, dan menengah yang ikut berkembang seiring dengan kemajuan dan perkembangan teknologi di era revolusi 4.0 (Titasari, 2022). Pertumbuhan UMKM mempunyai peran penting terhadap perekonomian suatu negara, terutama sebagai alat penggerak bagi pertumbuhan ekonomi (Sulistyo et al., 2025). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, pada tahun 2023 jumlah UKM di Indonesia mencapai 65,5 juta unit usaha, dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto

(PDB) sebesar 61% atau 9.580 Triliun. UMKM menyerap tenaga kerja 97% dari total tenaga kerja (KEMENKOP UKM, 2024). Direktorat jendral kekayaan negara (DJKN) mengatakan pertumbuhan UMKM terus bertambah pada setiap tahunnya. Pertumbuhan UMKM tidak terlepas dari dukungan UMKM di berbagai wilayah, salah satunya di Daerah Istimewah Yogyakarta.

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM di Daerah Istimewah Yogyakarta Tahun 2022-2024.

Skala Usaha	Tahun		
	2022	2023	2024
Usaha Mikro	324.745	324.408	327.774
Usaha Kecil	16.069	16.069	16.076
Usaha Menengah	2.110	2.109	2.130
Total Usaha	342.924	342.586	345.980

Sumber : Bappeda Daerah Istimewah Yogyakarta

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM DIY yang disajikan oleh Bappeda DIY, jumlah UMKM di Yogyakarta pada tahun 2024 tercatat sebanyak 345.980 unit. Meskipun terjadi penurunan jumlah UMKM pada tahun 2023 dibandingkan dengan tahun sebelumnya, namun secara keseluruhan tren 2022 hingga 2024 menunjukkan peningkatan. peningkatan jumlah UMKM memberikan kontribusi yang baik terhadap pertumbuhan ekonomi, terutama pada wilayah Kota Yogyakarta. Berdasarkan dari data UMKM pada skala usaha mikro di Provinsi Daerah Istimewah Yogyakarta memberikan peran penting dan signifikan dalam usaha ekonomi daerah (Susilo & Hamid, 2021).

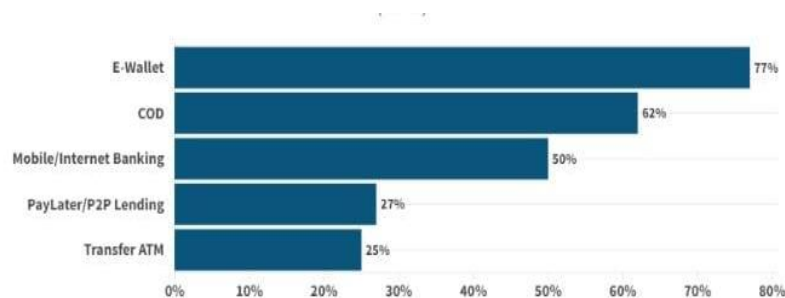
Pemanfaatan teknologi, diharapkan dapat membantu UMKM untuk mengoptimalkan sumber daya serta teknologi yang tersedia, melalui penerapan *e-commerce*. Jumlah data UMKM di Yogyakarta yang tercatat pada Dinas Koperasi dan UKM DIY pada tahun 2024 sebanyak 4.291 pengguna, yang memanfaatkan teknologi dan memiliki marketplace melalui penggunaan aplikasi Si Bakul Jogja. Namun sebagian dari pelaku usaha UMKM yang ada di Yogyakarta masih banyak yang belum memanfaatkan teknologi informasi untuk kemajuan usahanya. Dikarenakan kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh para pelaku usaha UMKM.

Salah satu Langkah yang dilakukan oleh Dinas dalam mendukung UMKM yaitu melalui penerapan aplikasi *e-commerce*, yang bisa digunakan pada berbagai jenis *smartphone* dan mudah diakses kapan pun. Transaksi ini dapat dilakukan secara mudah dengan menggunakan bantuan dari perangkat elektronik atau melalui platform *e-commerce*. *E-commerce* adalah ruang lingkup perdagangan yang memiliki cakupan luas, tidak hanya transaksi jual beli saja tetapi kolaborasi antara pelaku usaha dengan pengguna *e-commerce* yang lain (Sholih et al., 2022). Penggunaan *e-commerce* menurut kementerian perdagangan, jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia mencapai 65,65 juta di tahun 2024 dan diprediksi akan terus meningkat mencapai 99,1 juta di tahun 2029 mendatang (Kementerian Perdagangan RI, 2024).

E-commerce merupakan inovasi baru yang berfungsi mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia dan mampu memberikan kontribusi yang baik (Maghfiroh & Rahmawati, 2021). Penjualan online (*E-Commerce*) yang

memberikan peluang bisnis bagi para pembisnis untuk menjalankan usaha secara lebih luas dengan menggunakan modal yang relatif sedikit dan tidak memerlukan tokoh fisik. Pelaku usaha dapat menggunakan situs web atau aplikasi *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada dan masih banyak lagi untuk menawarkan barang atau jasa, sehingga produk mereka dikenal oleh masyarakat secara luas (Taufiq & Indrayeni, 2022). Namun sebagian besar para pelaku belum memanfaatkan platform secara menyeluruh, seperti membuat akun bisnis, mengunggah foto produk ke dalam etalase toko, mendesain tampilan etalase secara optimal, hingga mempromosikan toko mereka di dalam platform tersebut (Wibisono et al., 2022). Selain itu salah satu bentuk Implementasi teknologi informasi yaitu dengan pembayaran transaksi secara nontunai. Transaksi yang dilakukan pada perangkat elektronik disebut *e-commerce*, sedangkan system pembayaran yang digunakan secara online disebut sebagai *digital payment*.

Penggunaan *digital payment* dapat mendukung pola transaksi yang dilakukan pada *e-commerce*. Transaksi pembayaran nontunai dan layanan lembaga keuangan menguntungkan ekonomi. Manfaat dari teknologi pembayaran nontunai adalah untuk meningkatkan ekosistem pembayaran dan dapat meningkatkan efisiensi serta efektivitas layanan pembayaran nontunai di berbagai sektor inklusi, terutama segmen mikro, dan mempercepat berbagai program terkait keuangan inklusif dan nontunai (Azzahra et al., 2024).



Sumber : GoodStats.id

Gambar 1. 1 Metode Pembayaran *E-commerce* terfavorit tahun 2024

Berdasarkan data diatas *E-wallet* merupakan metode pembayaran yang sering digunakan dalam berbelanja di platform *e-commerce*. Pada sektor pembayaran digital *E-wallet* mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Metode pembayaran digital sudah banyak digunakan di Indonesia seperti GoPay, OVO, DANA, Link Aja dan masih banyak lagi yang masing-masingnya memiliki basis pengguna yang sangat besar. Seiring bertambahnya pengguna internet, tentunya dapat memajukan pertumbuhan pasar online secara berkelanjutan. Berbagai platform pasar yang muncul menunjukkan bahwa peran system pembayaran digital mendominasi pasar Indonesia (Fahmi & Fauzan, 2024).

Banyak masyarakat yang menggunakan pembayaran digital seperti QRIS karena dianggap lebih praktis. Selain itu UMKM yang telah menggunakan transaksi QRIS dapat merasakan manfaatnya. QRIS pertama kali diterbitkan oleh Bank Indonesia pada tanggal 17 Agustus 2019. Penggunaan QRIS mulai diterapkan pada 1 Januari hingga 3 Juli 2020, pada masa periode tersebut Bank Indonesia mencatat peningkatan pemanfaatan QRIS pada merchant besar mencapai 190.706 naik sebesar 47% dibandingkan dengan 22 Maret. Untuk

merchant menengah tercatat sebanyak 333.992 naik sebesar 26%. Sementara itu UKM mencapai 685.328 naik sebesar 125%, UMKM mencapai 2.603.516 naik sebesar 9% dan merchant donasi mencapai 9.288 naik sebesar 132% (Salsabilla et al., 2024).

Pembayaran ini bertujuan untuk menyatukan keseluruhan transaksi non tunai melalui penggunaan QR Code yang terstandarisasi, hal ini mempermudah pelaku usaha dalam melakukan transaksi dengan pelanggan cukup satu QR Code yang telah terhubung dengan berbagai QR Code dari penerbit lain (Titasari, 2024) Mengacu pada data Bank Indonesia jumlah UMKM di Daerah Istimewah Yogyakarta yang telah menggunakan QRIS dilihat dari tabel berikut.

Tabel 1. 2Jumlah UMKM Pengguna QRIS di D.I Yogyakarta

Keterangan		2019	2020	2021
Jumlah merchant	(Unit)	32.004	149.924	351.949

Sumber : Bank Indonesia KPW DIY (2022)

Peningkatan jumlah UMKM yang menggunakan QRIS di DIY menjadi indikator bahwa masyarakat semakin tertarik pada metode pembayaran non tunai karena memberikan berbagai keuntungan, seperti praktis, cepat, dan aman dalam bertransaksi.

Faktor lainnya yang dapat mendorong seseorang untuk berwirausaha adalah diri sendiri. *Self-efficacy* adalah bentuk kepercayaan diri seseorang akan kemampuannya dalam menyelesaikan suatu masalah. Seseorang dengan tingkat *self-efficacy* yang tinggi akan memiliki dorongan untuk melaksanakan suatu

pekerjaan atau tugas. Ini dilakukan oleh para individu yang ingin memulai usaha berwirausaha (Hidayah & Fitriyah, 2023). (Oyeku et al., 2014) mengungkapkan bahwa *self-efficacy* merupakan predictor yang baik terhadap minat berwirausaha. Jika seseorang tidak memiliki keyakinan akan kemampuannya sendiri, orang itu tidak akan melakukan pengambilan keputusan untuk menjadi seorang wirausaha. Kepercayaan serta keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya sendiri dapat menjadi salah satu faktor pendukung untuk menjalani usaha (Taufiq & Indrayeni, 2022). *Self-efficacy* dapat mempengaruhi cara berfikir seseorang serta dapat merespon emosional dalam mengambil keputusan berwirausaha.

Untuk menunjang kesuksesan suatu usaha UMKM perlu adanya pencatatan keuangan dari transaksi yang telah dilakukan. Dalam menjalankan transaksi sangat penting untuk seseorang memiliki pencatatan data yang bisa dijadikan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan. Catatan dari data tersebut merupakan sumber informasi yang harus dimiliki oleh wirausaha. Salah satu penyediaan informasi yaitu akuntansi yang berfungsi sebagai alat untuk menginformasikan kondisi suatu perusahaan atau organisasi (Pramiswari & Dharmadiaksa, 2017).

Timbulnya kesalahan yang sering terjadi dalam pengolahan secara manual sudah tidak relevan dan tidak akurat untuk diterapkan dalam dunia bisnis modern, dikarenakan kekeliruan yang terjadi dari proses manual tersebut sulit untuk diperbaiki atau dihindari (Fahmi & Fauzan, 2024). Adanya Sistem Informasi Akuntansi memberikan peran penting untuk perusahaan. Sistem informasi akuntansi adalah bagian penting dalam suatu organisasi yang terdiri dari berbagai elemen serta komponen yang berfungsi mengelola dan menyediakan informasi

yang bermanfaat khususnya pengolahan data keuangan. Sistem informasi akuntansi mencakup sumberdaya seperti manusia dan perangkat yang dirancang untuk mengolah dan menyajikan informasi keuangan agar memudahkan proses pelaporan dan pengambilan keputusan (Taufiq & Indrayeni, 2022). Hal ini disebabkan karena sistem informasi akuntansi dapat membantu wirausaha dalam membuat sistem akuntansi yang baik sehingga dapat memudahkan untuk menentukan kinerja usaha secara optimal.

Penelitian sebelumnya dilakukan Oleh Fahmi & Fauzan (2024) mengenai pengaruh *e-commerce*, *digital payment*, *self-efficacy* dan sistem informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan berwirausaha (studi kasus pada mahasiswa akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2020). Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel *e-commerce*, pembayaran digital (*digital payment*) dan sistem informasi akuntansi tidak memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Sementara variabel *self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Namun berbeda hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh Taufiq & Indrayeni (2022) yang menyatakan bahwa *self-efficacy* dan sistem informasi akuntansi mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk berwirausaha, sedangkan *e-commerce* tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk berwirausaha. Sementara itu (Riyardi, 2019) menegaskan bahwa kewirausahaan menuntut kemampuan berpikir kreatif dan inovatif dalam menghadapi tantangan usaha. Hasil serupa juga ditemukan oleh Handayani & Saputera (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan

kebermanfaatan sistem (*perceived usefulness*) dalam sistem informasi akuntansi sangat menentukan keputusan dalam menjalankan usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Latumahina & Oktariyana (2024) yaitu *digital payment* memberikan dampak positif terhadap efisiensi transaksi dan memudahkan pelaku UMKM dalam mengelola keuangan usaha secara *real time*.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini memiliki kebaruan dalam beberapa aspek. Pertama, penelitian ini menggunakan populasi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di luar lingkungan akademik, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan kontekstual terhadap dunia usaha yang sesungguhnya. Kedua, penelitian ini juga dilakukan dengan data terbaru tahun 2024, sehingga mencerminkan kondisi terkini pasca pemulihan ekonomi akibat pandemi. Ketiga, pendekatan yang digunakan mempertimbangkan keempat variabel secara simultan dalam konteks pengambilan keputusan untuk berwirausaha di era digital, yang belum banyak dikaji secara komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah dalam memperkaya literatur tentang faktor-faktor penentu keputusan berwirausaha di Indonesia. Berdasarkan pada pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali guna untuk mengembangkan variabel-variabel pada penelitian sebelumnya. Peneliti juga membedakan populasi, sampel dan lokasi penelitian yang akan dilakukan pada pelaku UMKM yang ada di Daerah Istimewah Yogyakarta. dari pemaparan sebelumnya mengenai masalah yang telah dibahas pada penelitian, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *E-commerce*,

Digital Payment, Self-efficacy dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, identifikasi masalah yang terkandung dalam penelitian ini adalah suatu kemajuan ekonomi Indonesia sangat bergantung pada peran wirausahawan dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan produktivitas. Namun, jumlah wirausahawan di Indonesia masih terbilang rendah jika dibandingkan dengan negara-negara lain, sehingga diperlukan berbagai upaya untuk meningkatkannya, terutama melalui pengembangan UMKM.

Beberapa faktor penting seperti *e-commerce*, pembayaran digital (*digital payment*), *self-efficacy* dan sistem informasi akuntansi berperan untuk memengaruhi seseorang dalam berwirausaha. Namun meskipun teknologi seperti *e-commerce* dan pembayaran digital sudah banyak digunakan, tetapi masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkannya secara maksimal. Selain itu, *self-efficacy* juga sangat berpengaruh terhadap keinginan untuk memulai usaha. Begitu juga dengan penggunaan sistem informasi akuntansi yang penting untuk mencatat dan mengelola keuangan usaha, namun belum banyak diterapkan secara optimal.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha?
2. Apakah penggunaan pembayaran digital (*digital payment*) berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha?
3. Apakah kepercayaan diri (*self-efficacy*) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha?
4. Apakah penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka peneliti memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh positif penggunaan *e-commerce* terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada pelaku UMKM.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif penggunaan *digital payment* terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada pelaku UMKM.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif *self-efficacy* terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada pelaku UMKM.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha pada pelaku UMKM.

E. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

a) Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan serta mmenjadi sumber referensi untuk penulis selanjutnya dalam melakukan penelitian terkait pengaruh *e-commerce*, *digital payment*, *self-efficacy* dan sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan berwirausan.

b) Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan, menambah wawasan baru terhadap ilmu yang telah didapatkan, dan bisa menjadi bahan pengembangan untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi serta tambahan referensi baru bagi pengembangan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengambilan keputusan berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Alfaini, F., & Sanjaya, A. (2023). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha dengan self-efficacy sebagai variabel intervening (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi & bisnis universitas mulawarman). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 13(1), 202–219. <https://bit.ly/AlfainidanSanjaya>
- Andayanti, W., & Harie, S. (2020). *Entrepreneurial Motivation Impact toward Entrepreneurship Interest of College Student*.
- Anggraeni D.W, Firdaus M, I. M. (2023). *PENGARUH E-COMMERCE, SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, DUKUNGAN KELUARGA, DUKUNGAN KAMPUS DAN KETERSEDIAAN MODAL TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA ITS MANDALA)*. 1(1), 166–182.
- Anggraeni, O. F., & Zulkarnaeni, M. H. dan A. S. (2022). *Pengaruh E-Commerce , Digital Payment Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha*. 1(5), 718–734.
- Anggraeni, W. D., Firdaus, M., & Ilmi, M. (2023). Pengaruh E-Commerce, Sistem Informasi Akuntansi, Dukungan Keluarga, Dukungan Kampus dan Ketersediaan Modal Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa ITS Mandala). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 166–182.
- Anugrah, W. R., Rusliyawati, & Ginting, R. (2023). Berpengaruhkah E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi Universitas Tanjungpura? *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 11(1), 63–77. <https://doi.org/10.21067/jrma.v11i1.8245>
- Ari, A. A., & Shulthoni, M. (2023). *Pengaruh E-Commerce , Sistem Informasi Akuntansi , dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Selama Pandemi Covid-19 (Studi Empiris pada Mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember)*. 13(2), 229–239.
- Ariyani, A. D., Fajri, R. N., Hidayah, N., Layli, M., Setiawan, D. F., Sari, S. W. H. P., Maula, D. I., & Hisam, M. (2023). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Dan Pemasaran Bisnis Digital Untuk Pelaku Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(1), 477. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.12260>
- Azzahra, D., Fitrioso, R., & Anggraini, L. (2024). Pengaruh sosial dan nilai harga

terhadap behavioral intention to use QRIS serta dampaknya pada use behavior: Studi empiris pada UMKM sektor kuliner Kota Pekanbaru. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 6(2), 761–776.

Badan Pusat Statistik. (2024). *Jumlah Penduduk Indonesia Tahun*. <https://www.bps.go.id/id>

Bandura, A., & Wessels, S. (1997). *Self-efficacy*. Cambridge University Press Cambridge.

Budiarto, D. S., Meylina, A. P., & Diansari, R. E. (2023). *Pentingnya E-Commerce Dan Sistem Informasi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Pendahuluan*. 26(1), 110–122.

Darajah, Z., Quro'i, M. D., & Dewi, D. K. (2018). Peran Kewirausahaan dalam Pertumbuhan Ekonomi Islam di Indonesia. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(2), 218–253. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2018.8.2.70-105>

Dian, D. I. M., & Gumilar, R. (2023). Pengaruh Self Efficacy Dan Dukungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *JOURNAL SAINS STUDENT RESEARCH*, 1(1), 717–726.

Fahmi, A. R., & Fauzan. (2024). Pengaruh E-Commerce, Digital Payment, Self-Efficacy dan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2020). *Jurnal EMT KITA*, 8(4), 1277–1291. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i4.3012>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.

Handayani, S., & Saputera, S. A. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Penggunaan Sistem Kkn Online Dengan Pendekatan Tam. *Journal of Technopreneurship and Information System*, 2(2), 53–58.

Hidayah, N. (2018). Analisis Etika Kerja Islam dan Etika Penggunaan Komputer terhadap Ketidaketisan Penggunaan Komputer oleh Pengguna Teknologi Informasi di UMKM Kabupaten Bantul. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 8(1), 59–73.

Hidayah, N. L., & Fitriyah, H. (2023). Pengaruh E-Commerce, Modal Usaha, Ekspektasi Pendapatan, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha dengan Self-Efficacy Sebagai Variabel Moderasi. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 19(2), 153–164.

Indriyani, I., & Subowo, S. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan

- Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Self-Efficacy. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 470–484.
- Iradianty, A., & Aditya, B. R. (2020). *Indonesian Student Perception in Digital Payment Aldilla Iradianty (1) Bayu Rima Aditya (2)*. 17(4), 518–530.
- KEMENKOP UKM. (2024). TERMS OF REFERENCE (TOR) PENGADAAN JASA LAINNYA TENAGA PENDUKUNG PENGEMBANGAN EKOSISTEM BISNIS. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Kementerian Perdagangan RI. (2024). Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023. *Kementrian Perdagangan Republik Indonesia*, 1–8.
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 2017. <https://doi.org/10.32493/dr.v4i3.9676>
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2012). Marketing Management. 14e Global Edition, Person. *Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia*.
- Kurniawan, L., Anggraeni, L., Haryanto, P., & Suratman, A. (2022). Penggunaan E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha ditengah Pandemi Covid-19. *Ikraith-Ekonomika*, 5(3), 287–294. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2486>
- Latumahina, O., & Oktariyana, M. D. (2024). Pengaruh E-Commerce, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Kupang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 9(2), 103–112.
- Maghfiroh, A., & Rahmawati, L. (2021). Pengembangan Umkm Melalui Peran Serta Strategi Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(5), 1545–1556.
- Maluto, P., Boki, Z., & Pakaya, L. (2024). Pengaruh E-Commerce, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Modal Usaha Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Studi Kasus Pada UMKM Kota Gorontalo). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 2(4), 452–464.
- Marsuking, Wibisono, D., Rochmadi, T., Setiorini, K. R., & Ruscitasari, Z. (2022). Peningkatan Pengetahuan Pemasaran Ukm Sempe Arum Manis Berbasis Website. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 83–87. doi: <https://doi.org/10.32696/ajpkm.v6i1.1364>
- Nurabiah, Pusparini, H., & Mariadi, Y. (2021). E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Berwirausaha. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 238–253.

- Okthafiani, D., Mranani, M., & Pramita, Y. D. (2024). Pengaruh E-Commerce, Sosial Media, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *UMMagelang Conference Series*, 36–48.
- Olivia Latumahina & Made Denny Oktariyana. (2024). Pengaruh E-Commerce, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Kupang. *UMMagelang Conference Series*, 9(2), 36–48. <https://doi.org/10.31603/conference.11865>
- Oyeku, O. M., Oduyoye, O. O., Kabouh, M., Elemo, G. N., Karimu, F. A., & Akindoju, A. F. (2014). On entrepreneurial self efficacy and entrepreneurial success: A conceptual and theoretical framework. *European Journal of Business and Management*, 6(26), 95–102.
- Pasardana. (2023). *Rasio Kewirausahaan Jadi Prasyarat Indonesia Menuju Negara Maju Tahun 2045*. Pasardana. <https://pasardana.id/news/2023/3/10/rasio-kewirausahaan-jadi-prasyarat-indonesia-menuju-negara-maju-tahun-2045/>
- Pramiswari, 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.
- Pristiyani Maluto, Zulkifli Boki, L. P. (2024). *Pengaruh E-Commerce , Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Modal Usaha Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Studi Kasus Pada UMKM Kota Gorontalo)* Pristiyani Maluto. 2(4), 452–464.
- Purwanto, E., & Budiman, V. (2020). Applying the technology acceptance model to investigate the intention to use e-health: a conceptual framework. *Technology Reports of Kansai University*, 62(05), 2569–2580.
- Putri, Y., Fauzi, N., & Handayani, D. (2024). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan, Self Efficacy, E-Commerce, Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Padang. *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 3(1), 46–56.
- Riyardi, L. J. P. & A. (2019). PENGARUH USAH KULINER SANJI CAKE SEBAGAI PELUANG BISNIS MAHASISWA MENUJU WIRAUSAHA MUDA DI ERA DIGITAL DAN SOSIAL MEDIA. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsci>

urbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

- Safrida, A. N. (2023). *PENGARUH E-COMMERCE, DIGITAL PAYMENT, DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA (Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Semarang)*. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B21A/2020/B.231.20.0015/B.231.20.0015-01-Judul-20240107095404.pdf>
- Salsabilla, S. P., Magdalena, F. M., & Firmansyah, A. (2024). *Apakah Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Dipengaruhi Oleh*. 4(2), 144–157.
- Selvia, S. (2024). *SKRIPSI: PENGARUH MODAL USAHA, PENGGUNAAN E-COMMERCE, DAN SELF-EFFICACY TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Negeri Lampung)*. Politeknik Negeri Lampung.
- Sholih, M. W., Prayogo, I., Ubaidillah, M., & Putri, A. (2022). *The Effect of Entrepreneurship Education and E- Commerce on Entrepreneurship Interest Moderated by Android-Based Accounting Information Systems*. 1(3), 220–230.
- Siba, A. M., Arthana, I. K., & Oematan, H. M. (2024). *Pengaruh E-Commerce , Self Efficacy dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha pada Alumni Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Cendana*. 1(4).
- Sihombing, M. J. S., & Sulisty, H. (2021). *Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha*. *Jurnal Sosial Sains*, 1(4), 309–321. <https://doi.org/10.36418/sosains.v1i4.78>
- Sri Hidajati Ramdani, Erik Irawan Suganda, A. D. E. W. (2025). *ANALISIS PENERAPAN PEMBAYARAN DIGITAL GUNA MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA BENGKEL LEBAK JAYA MOTOR*. 1(2), 93–104.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sulisty, A. F., Anggraini, O., Studi, P., Publik, A., Mataram, U. W., & Digital, P.

- (2025). *Implementasi Inovasi Program Sibakul Jogja Dalam Meningkatkan Pemasaran Umkm Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. 8(Prayoga 2020), 568–579.
- Sultansyah, A., & Puspawati, D. (2025). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment terhadap Kinerja UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 12–23.
- Susilo, F., & Hamid, M. (2021). *ANALISIS KOMPARATIF PENERAPAN TRADITIONAL COSTING DENGAN ACTIVITY BASED COSTING (ABC) METHODS (Studi kasus: Madrasah Diniyah Al Waahid Yogyakarta Tahun Ajaran 2015 s/d 2017)*. STIE Widya Wiwaha.
- Suwartika, W. (2019). Pengaruh sistem informasi akuntansi dan sistem pengendalian internal terhadap kinerja karyawan. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 11(2), 40–53.
- Syahrani, E. P., Mayangsari, S., & Trisakti, U. (2022). 1* , 2 1,2. 2(2), 1189–1202.
- Taufiq, M., & Indrayeni, I. (2022). Pengaruh E-Commerce, Self Efficacy Dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(1), 187–195. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v1i1.423>
- Temu, A. N., & Sari, Y. P. (2020). Meningkatkan Peluang” Bisnis Digital Kewirausahaan” Di Era New Normal. *Jurnal Sultra Elementary School*, 1(2), 15–23.
- Titasari, H. I. (2022). *PENGARUH E-COMMERCE DAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA*.
- Titasari, H. I. (2024). Pengaruh E-Commerce dan Digital Payment terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Sunan Kalijaga: Islamic Economics Journal*, 2(1).
- Tumsifu, E., Dev, J., & Gekombe, C. (2020). Small and Medium Enterprises and Social Media Usage: Fashion Industry Perspective. *University of Dar Es Salaam Library Journal*, 15(1), 101–124.
- Utari, D. T. (2018). *MODEL INTENSI KEWIRAUSAHAAN DENGAN PERTIMBANGAN PASAR KERJA, DUKUNGAN SOSIAL, DAN SELF EFFICACY TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN KARIR*.
- Wahyuni, E. T., & Diana, N. (2020). E-commerce dan sistem informasi akuntansi sebagai faktor pendorong pengambilan keputusan mahasiswa akuntansi untuk

berwirausaha. *E_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9(03).

- Wibisono, D., Rochmadi, T., Marsuking, M., Setiorini, K. R., & Ruscitasari, Z. (2022). Peningkatan Pengetahuan Pemasaran UKM Sempe Arum Manis Berbasis Website. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 83–87.
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh e-Commerce terhadap minat berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64–69.