



Masuk tanggal : 25-Maret-2025, revisi tanggal : 29-4-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 14-Mei-2025

Entrepreneurial Decision Making among Students

Pengambilan Keputusan Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa

Rizki Oktavia¹, Egi Gumala Sari^{2*}, Sri Ningsih³

¹Department of Management, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, Indonesia

Email: rizkioktaviani94.ro@gmail.com

^{2*}Departement of Digital Business, School of Economics and Business, Telkom University, Indonesia

*Email: egigumalasari@telkomuniversity.ac.id

³Department of Accounting, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, Indonesia

Email: ssriningsi10@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the effect of accounting information systems, the use of e-commerce, and customer experience on entrepreneurial decision making by accounting students in Bekasi City Universities. This study uses a quantitative approach with a sample of 8 universities in Bekasi City. Data were collected through a questionnaire to 86 respondents using the snowball sampling method. Data analysis was carried out using the SEM-PLS (Partial Least Squares) technique. The results showed that accounting information system has a positive effect on entrepreneurial decision making, e-commerce has a positive effect on entrepreneurial decision making, then customer experience has a positive effect on entrepreneurial decision making. This study is limited to a sample from universities in Bekasi City, so the results many not fully represent the general population of accounting students. Future research could expand the sample size, examine a broader geographical context, or explore other relevant variables. This study provides important insights into the factors that encourage accounting insights to start a business, as well as enriching the literature related to the application of technology and customer experience in the context of student entrepreneurship.

Keywords: Financial Literacy, Risk Tolerance, Overconfidence, Investment Decision Making

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sistem informasi akuntansi, penggunaan e-commerce, dan pengalaman pelanggan terhadap pengambilan keputusan kewirausahaan pada mahasiswa akuntansi di Universitas Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel 8 perguruan tinggi di Kota Bekasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 86 responden dengan menggunakan metode snowball sampling. Analisis data dilakukan dengan teknik SEM-PLS (Partial Least Squares). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan kewirausahaan, e-commerce berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan kewirausahaan, kemudian pengalaman pelanggan berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan kewirausahaan. Penelitian ini dibatasi pada sampel perguruan tinggi yang ada di Kota Bekasi, sehingga hasilnya belum sepenuhnya mewakili populasi mahasiswa akuntansi secara umum. Penelitian di masa depan dapat memperluas ukuran sampel, mengkaji konteks geografis yang

lebih luas, atau mengeksplorasi variabel lain yang relevan. Penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai faktor-faktor yang mendorong wawasan akuntansi untuk memulai bisnis, serta memperkaya literatur terkait penerapan teknologi dan pengalaman pelanggan dalam konteks kewirausahaan mahasiswa.

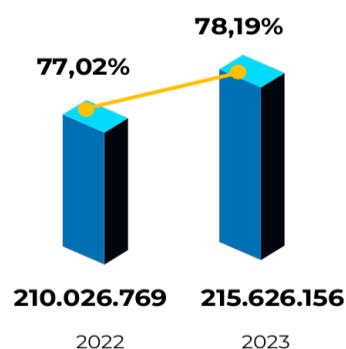
Kata Kunci: Financial Literacy, Risk Tolerance, Overconfident, Pengambilan Keputusan Investasi

Pendahuluan

Di era transformasi digital, penggunaan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Perkembangan ini menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi generasi muda, khususnya mahasiswa, dalam mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kewirausahaan. Bagi mahasiswa akuntansi, kemampuan dalam memanfaatkan sistem informasi akuntansi dan *platform e-commerce* menjadi semakin penting untuk mendukung pengambilan keputusan kewirausahaan yang efektif (J 2017).

Perkembangan teknologi informasi di era digital saat ini tidak hanya memengaruhi kehidupan sehari-hari, tetapi juga mengubah dinamika dunia usaha dan perekonomian secara keseluruhan (Nasution et al. 2020). Sistem informasi akuntansi yang terkomputerisasi serta perkembangan *e-commerce* telah membuka berbagai peluang baru bagi masyarakat untuk memulai dan mengembangkan usaha, baik di sektor formal maupun informal. Teknologi informasi bertindak sebagai katalis yang mempermudah banyak aspek kegiatan bisnis seperti efisiensi operasional, pengelolaan data yang lebih baik, serta kemudahan dalam mengakses pasar yang lebih luas (Delvisa dan Riswan, 2023).

Di Indonesia, pertumbuhan penggunaan internet meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 221,6 juta orang atau sekitar 78,19% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 278,7 juta orang, dan mayoritas dari mereka menggunakan perangkat seluler sebagai sarana utama untuk mengakses informasi dan melakukan transaksi (Yanti et al. 2021).



Gambar 1. Tingkat Penetrasi Internet

E-commerce merupakan aktivitas jual beli barang dan jasa yang dapat dilakukan secara daring. *E-commerce* mengacu pada proses membeli, menjual, mentransfer, atau menukar

produk dan layanan melalui internet. *E-commerce* memberikan kesempatan yang setara bagi siapa saja untuk memulai bisnis di dunia maya, serta membantu penjual dan pembeli untuk bertransaksi tanpa batasan geografis. Kehadiran sistem informasi akuntansi dan *e-commerce* dapat mendorong masyarakat, khususnya generasi muda, untuk memilih kewirausahaan sebagai pilihan karier. (Sapulette et al. 2023).

Selain itu, elemen penting lain yang memengaruhi keberhasilan bisnis adalah pengalaman pelanggan. Di era digital, interaksi pelanggan dengan bisnis sering kali terjadi melalui *platform online*. Pengalaman pelanggan menjadi aspek yang sangat penting dalam menjaga loyalitas pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. Dalam konteks mahasiswa yang ingin memulai usaha, kemampuan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang baik sangatlah penting. Pengalaman pelanggan yang memuaskan tidak hanya meningkatkan reputasi bisnis, tetapi juga mendorong pertumbuhan bisnis melalui promosi dari mulut ke mulut dan ulasan positif di *platform online* (Munwaroh dan Riptiono, 2021)

Pengambilan keputusan berwirausaha sangat penting dalam konteks perekonomian Indonesia, di mana kewirausahaan dianggap sebagai penggerak utama perekonomian yang dapat menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan data dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, partisipasi mahasiswa dalam sektor kewirausahaan meningkat signifikan sejak pandemi COVID-19, yang mendorong penggunaan platform digital untuk menjalankan bisnis. Pergeseran ini juga menciptakan kebutuhan bagi mahasiswa, terutama di bidang akuntansi, untuk menguasai kemampuan dalam menggunakan sistem informasi akuntansi dan *e-commerce*, serta memahami pentingnya pengalaman pelanggan. (Zahra et al. 2022).

Menurut data yang dikutip dari Kompas.com pada Juni 2023, riset "*Mind the Gap*" menunjukkan bahwa sekitar 48% generasi muda Indonesia bercita-cita menjadi aparatur sipil negara, dan sebanyak 35% memilih untuk menjadi wirausaha, sementara sisanya memilih bidang komunikasi, keuangan, dan teknologi. Persentase ini menunjukkan bahwa keinginan untuk berwirausaha di kalangan generasi muda saat ini masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan keinginan menjadi pegawai negeri. Dalam kondisi ini, peran perguruan tinggi sangat dibutuhkan untuk meningkatkan minat mahasiswa terhadap kewirausahaan, sehingga mereka tidak hanya menjadi lulusan yang bekerja di sektor pemerintahan, tetapi juga dapat menjadi wirausahawan yang menciptakan lapangan kerja bagi orang lain.

Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti sebagai target penelitian, mengingat perguruan tinggi ini memiliki jumlah mahasiswa akuntansi yang cukup besar dan menyediakan lingkungan yang cukup representatif untuk menggambarkan tantangan dan peluang kewirausahaan di kalangan mahasiswa akuntansi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti dipilih karena memiliki program studi yang berfokus pada bisnis dan akuntansi, yang diharapkan dapat menghasilkan responden yang relevan dan berpotensi tinggi untuk menjadi pelaku bisnis. Berdasarkan observasi di lingkungan kampus Tri Bhakti, minat dan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha masih tergolong rendah, dan pola pikir banyak mahasiswa masih cenderung sebagai pencari kerja, bukan pencipta lapangan kerja. Hal ini didukung oleh *persentase* mahasiswa reguler kelas malam angkatan 2022 yang memiliki status pekerja mencapai 53%.

Seperti halnya sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan pengalaman pelanggan. Salah satu faktor penting adalah sistem informasi akuntansi, yaitu suatu sistem informasi yang berfungsi untuk mengatur formulir, pencatatan, dan laporan yang terkoordinasi guna menghasilkan informasi keuangan yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan oleh

manajemen dan pimpinan perusahaan, serta dapat mempermudah pengelolaan perusahaan (Endaryati, 2021). Hal ini juga dinyatakan oleh Sapulette et al. (2023) dalam penelitiannya yang menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Pattimura. Selain itu, penelitian oleh Syaharani dan Mayangsari (2022) menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Provinsi Sumatera Barat. Gani et al. (2022) juga menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Aceh. Namun, hal ini berbeda dengan temuan dari Fahmi dan Fauzan (2024) yang menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi justru berpengaruh negatif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Surakarta.

Faktor lain yang dapat meningkatkan pengambilan keputusan berwirausaha adalah *e-commerce*. *E-commerce* mencakup semua bentuk transaksi dagang atau perdagangan barang dan jasa dengan menggunakan media elektronik. Hal ini dinyatakan oleh Sihombing dan Sulisty (2021) dalam penelitiannya yang menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Ambon. Selain itu, Hidayah dan Fitriyah (2023) menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Sidoarjo. Selanjutnya, Ibrahim dan Muslimin (2022) menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Surabaya. Di sisi lain, Kurniawan et al. (2022) juga menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Jakarta Pusat. Namun demikian, hasil ini berbeda dengan penelitian oleh Nurabiah et al. (2021) yang menunjukkan bahwa *e-commerce* justru berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Yogyakarta.

Faktor lain yang memengaruhi pengambilan keputusan berwirausaha adalah pengalaman pelanggan (*customer experience*). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ashari dan Indayani (2023), menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Sidoarjo. Selain itu, Rahmandika (2022) juga menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan di Lowokwaru, Kota Malang. Selanjutnya, Nurahman (2021) menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Yogyakarta. Di sisi lain, Fatimah et al. (2023) menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Jember. Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian oleh Koto et al. (2023) yang menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan justru berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan di Kota Malang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penting mengenai bagaimana persepsi mahasiswa akuntansi terhadap sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan pengalaman pelanggan memengaruhi pengambilan keputusan berwirausaha. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkaya literatur yang ada serta memberikan panduan praktis bagi mahasiswa yang tertarik memulai bisnis di era digital.

Pengembangan Hipotesis

Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks, penggunaan sistem informasi akuntansi menjadi sangat penting bagi para wirausahawan dalam membuat keputusan yang tepat dan strategis. Dengan sistem informasi akuntansi yang terintegrasi, wirausahawan dapat memperoleh data keuangan yang akurat dan *real-time*, yang memungkinkan mereka untuk menganalisis kinerja bisnis, mengidentifikasi tren, dan merencanakan langkah-langkah bisnis secara lebih baik. Informasi yang tepat waktu dan relevan sangat krusial dalam menghadapi dinamika pasar yang berubah dengan cepat. Sistem informasi akuntansi juga berfungsi untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan bisnis. Dengan sistem yang baik, wirausahawan dapat memantau arus kas, biaya operasional, dan profitabilitas secara efektif. Hal ini tidak hanya membantu dalam pengambilan keputusan harian, tetapi juga dalam perencanaan jangka panjang, seperti ekspansi usaha atau investasi baru.

Hal ini didukung oleh berbagai penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Sapulette et al. (2023) yang menunjukkan bahwa pemahaman terhadap sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Pattimura. Selain itu, Ray et al. (2024) menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Semarang. Syaharani dan Mayangsari (2022) juga menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Bekasi. Sementara itu, Gani et al. (2022) menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Aceh. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₁: Sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

E-commerce adalah aktivitas yang berkaitan dengan pembelian, penjualan, dan pemasaran barang atau jasa yang memanfaatkan aplikasi atau sistem elektronik. Dalam beberapa tahun terakhir, *e-commerce* mengalami pertumbuhan pesat dan menjadi salah satu pilar utama dalam dunia bisnis modern. Dengan akses informasi yang mudah dan tersedianya berbagai *platform*, calon wirausahawan dapat dengan mudah mengeksplorasi peluang pasar, menganalisis perilaku konsumen, dan mengidentifikasi tren yang sedang berkembang. *E-commerce* tidak hanya memberikan akses ke pasar yang luas, tetapi juga memungkinkan wirausahawan untuk memulai bisnis dengan modal yang lebih rendah dibandingkan dengan model bisnis tradisional. *E-commerce* memberikan fleksibilitas dan kemudahan yang sangat dibutuhkan oleh para wirausahawan dalam merencanakan dan menjalankan bisnis mereka. Melalui *platform* digital, pelaku usaha dapat melakukan transaksi dengan efisien. Penggunaan *e-commerce* memungkinkan calon wirausahawan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan mempermudah proses transaksi antara penjual dan pembeli.

Hal ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya seperti Sihombing dan Sulisty (2021) yang menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Bandar Lampung. Hidayah dan Fitriyah (2023) juga menyatakan hal serupa untuk Kota Sidoarjo. Sementara itu, Ibrahim dan Muslimin (2022) menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Surabaya. Kurniawan et al. (2022) menyampaikan hal yang sama untuk Kota Jakarta Pusat. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₂: *E-commerce* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Di era digital yang semakin maju, pengalaman pelanggan (*customer experience*) telah menjadi salah satu faktor kunci yang memengaruhi perilaku konsumen, termasuk dalam konteks pengambilan keputusan berwirausaha. Pengalaman pelanggan yang buruk dapat menciptakan persepsi negatif terhadap suatu produk atau layanan, yang pada akhirnya menghambat niat individu untuk memasuki dunia usaha. Ketidakpuasan pelanggan sering kali berasal dari interaksi yang tidak memuaskan dengan produk atau layanan, yang dapat mengurangi keyakinan seseorang dalam menciptakan usaha baru. Pengalaman pelanggan yang negatif dapat memicu skeptisisme dan keraguan di kalangan calon wirausahawan. Jika mereka melihat banyak keluhan atau masalah dalam pengalaman pelanggan di pasar yang ingin mereka masuki, hal tersebut dapat membuat mereka ragu untuk mengambil langkah berani memulai bisnis. Hal ini didukung oleh penelitian seperti yang dilakukan oleh Koto et al. (2023) yang menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan berpengaruh negatif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di Kota Malang. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₃: Pengalaman pelanggan berpengaruh negatif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan potong lintang (*cross-sectional*) untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel independen (sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan pengalaman pelanggan) terhadap variabel dependen (pengambilan keputusan berwirausaha). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *snowball sampling*, yang dipilih untuk mengatasi keterbatasan akses langsung ke populasi mahasiswa program studi akuntansi di Kota Bekasi. *Snowball sampling* memungkinkan peneliti menjangkau responden dengan memanfaatkan referensi dari responden awal, sehingga proses pengumpulan data dapat dilakukan secara lebih efisien. Pemilihan 8 perguruan tinggi di Kota Bekasi sebagai lokasi penelitian didasarkan pada dua pertimbangan utama. Pertama, relevansi akademik, yaitu program studi akuntansi di perguruan tinggi tersebut memiliki jumlah mahasiswa yang signifikan, sehingga dianggap representatif untuk mengkaji hubungan antara variabel-variabel penelitian. Kedua, konteks geografis, karena Kota Bekasi merupakan wilayah urban dengan tingkat penetrasi teknologi yang tinggi, yang relevan untuk mengukur dampak dari penggunaan teknologi terhadap proses pengambilan keputusan berwirausaha. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi akuntansi yang sedang menempuh mata kuliah akuntansi manajerial dan kewirausahaan. Mahasiswa tersebut dipilih karena dianggap relevan dalam memahami konsep pengambilan keputusan bisnis, yang menjadi fokus utama penelitian ini.

Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini digunakan dua kategori variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Adapun variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Dimensi	Sumber
1	Sistem Informasi Akuntansi	• Efektivitas penerapan sistem informasi akuntansi, • Pemanfaatan sistem informasi akuntansi, • Kemudahan penggunaan sistem informasi akuntansi	(Anggraeni, 2019)
2	<i>E-commerce</i>	• Persepsi harga, • Kualitas informasi, • Kemudahan penggunaan, • Keputusan pembelian	(Oscar dan Retnoningsih 2018)
3	Pengalaman Pelanggan	• Kredibilitas sumber, • <i>Perceived Usefulness</i>	(Ardianti 2022)
4	Pengambilan Keputusan Berwirausaha	• Pendidikan kewirausahaan, • Modal usaha, • Kreativitas, • Dukungan relasi, • Minat berwirausaha	(Kusumaningsih et al. 2023)

Sumber: data yang telah diolah (2024)

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Partial Least Square (PLS)*. *Partial Least Square (PLS)* merupakan metode pemodelan persamaan struktural (*Structural Equation Modeling/SEM*) yang dianggap lebih sesuai untuk penelitian ini dibandingkan dengan metode SEM lainnya. Model persamaan linear dalam regresi ini dirumuskan sebagai berikut: $FB = \beta_1 AIS + \beta_2 EC + \beta_3 CE + \beta_4 EDM + \varepsilon$

Metode penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai bagaimana teknologi informasi dan pengalaman pelanggan memengaruhi pengambilan keputusan berwirausaha, khususnya di kalangan mahasiswa akuntansi..

Hasil Penelitian dan Diskusi

Demografi Responden

Penelitian ini melibatkan responden dari 8 perguruan tinggi di Kota Bekasi, khususnya dari program studi akuntansi. Responden terbanyak berasal dari STIE Tri Bhakti, terdiri atas 63 perempuan dan 23 laki-laki. Mayoritas responden berusia antara 21 hingga 24 tahun, mencerminkan rentang usia mahasiswa aktif. Dari total responden, 82 orang telah menyelesaikan pendidikan strata satu (S1), sedangkan 4 lainnya berpendidikan Diploma 3. Data demografi ini memberikan gambaran latar belakang pendidikan dan karakteristik sosial dari responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini.

Uji Normalitas, Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Asumsi dasar dalam analisis multivariat adalah normalitas. Data dianggap normal jika nilai kemiringannya berada dalam rentang $\pm 1,96$ pada tingkat signifikansi 0,05 (Hair et al., 2018). Data dalam penelitian ini dianggap normal karena hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai kemiringan setiap variabel berada di bawah 1,96. Hasil pengolahan data juga menunjukkan bahwa semua indikator dan dimensi membentuk variabel laten, dengan nilai *loading factor* lebih dari 0,7 dan *AVE* (*Average Variance Extracted*) lebih dari 0,5, sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen (Hair et al., 2019). Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* lebih dari 0,7, yang berarti data bersifat reliabel. Secara keseluruhan, penilaian terhadap model pengukuran (outer model) menunjukkan bahwa semua dimensi dan indikator berasal dari variabel laten.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen (sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan pengalaman pelanggan) terhadap variabel dependen (pengambilan keputusan berwirausaha). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan melalui model struktural, di mana jika koefisien jalur lebih besar dari nol, maka hipotesis nol (H_0) ditolak. Uji ini tidak dilakukan dengan uji-t, tetapi dengan membandingkan besar pengaruhnya apakah lebih besar dari nol atau tidak. Jika nilai pengaruh sama atau lebih kecil dari nol maka H_0 diterima, tetapi jika sebaliknya (lebih besar dari nol), maka H_0 ditolak.

Tabel 2. Hasil Koefisien Jalur

Variabel	Prediksi	Sampel Original	P-Values
Sistem Informasi Akuntansi → Pengambilan Keputusan Berwirausaha	+	0.256	0.082**
<i>E-Commerce</i> → Pengambilan Keputusan Berwirausaha	+	0.495	0.001*
Pengalaman Pelanggan → Pengambilan Keputusan Berwirausaha	-	0.152	0.291
<i>R-Square</i>		0.635	
<i>Adjusted R-Square</i>		0.622	

Nilai Signifikansi *0.05; **0.10

Sumber: data yang telah diolah (2024)

Hasil analisis menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha dengan koefisien sebesar 0,256 ($P = 0,082^{**}$). *E-commerce* juga berpengaruh positif dan menunjukkan pengaruh yang lebih signifikan dengan koefisien sebesar 0,495 ($P = 0,001^{*}$). Di sisi lain, pengalaman pelanggan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha dengan koefisien sebesar 0,152 ($P = 0,291$).

Uji R-Square

Nilai R-Square (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi dalam pengambilan keputusan berwirausaha yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model ini. Hasil menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,635, yang berarti sekitar 63,5% variasi dalam pengambilan keputusan berwirausaha dijelaskan oleh sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan pengalaman pelanggan. Ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik.

Sistem Informasi Akuntansi Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Gani et al. 2022; Sapulette et al. 2023; Syaharani and Mayangsari, 2022) yang menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi dapat meningkatkan kepercayaan individu dalam mengambil keputusan strategis. Semakin baik sistem informasi akuntansi yang digunakan, semakin mudah bagi wirausahawan dalam mengakses informasi untuk mendukung keputusan strategis mereka. Temuan ini selaras dengan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menjelaskan bahwa persepsi terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi akan meningkatkan kepercayaan individu dalam menggunakan informasi untuk mendukung keputusan penting dalam kewirausahaan. Implikasi praktis dari hasil ini cukup signifikan: institusi pendidikan perlu mengintegrasikan pembelajaran sistem informasi akuntansi ke dalam kurikulum untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan di dunia kewirausahaan. Para pembuat kebijakan juga dapat memanfaatkan temuan ini untuk mendorong pengembangan program pelatihan bagi wirausahawan muda dalam memanfaatkan sistem informasi akuntansi secara efektif. Dengan demikian, mahasiswa akan lebih siap dalam membuat keputusan berbasis data dalam menjalankan bisnisnya.

E-Commerce Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian dari (Ibrahim dan Muslimin, 2022; Hidayah dan Fitriyah, 2023; Kurniawan et al. 2022; Sihombing dan Sulisty, 2021) yang menunjukkan bahwa *e-commerce* membantu individu dalam memperluas akses pasar dan mempermudah proses transaksi. Temuan ini juga mendukung teori *Technology Acceptance Model (TAM)*, yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan kemanfaatan *e-commerce* merupakan motivasi utama individu untuk mengadopsi teknologi ini dalam aktivitas kewirausahaan. Implikasi praktisnya, institusi pendidikan sebaiknya memberikan pelatihan mengenai penggunaan *e-commerce* kepada mahasiswa agar mereka dapat memanfaatkan teknologi secara optimal dalam bisnis mereka. Selain itu, pembuat kebijakan juga perlu menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan *e-commerce* di kalangan wirausahawan muda.

Pengalaman Pelanggan Berpengaruh Positif Namun Tidak Signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Ashari dan Indayani, 2023; Fatimah et al. 2023; Nurahman, 2021;

Rahmandika, 2022). Hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya variasi dalam pengalaman pelanggan yang efektif, keterbatasan dalam mengukur aspek tertentu dari pengalaman pelanggan di kalangan responden, atau faktor lain seperti kurangnya pemahaman mahasiswa terhadap pentingnya pengalaman pelanggan dalam keberlangsungan bisnis, atau pengalaman tersebut belum menjadi perhatian utama dalam perencanaan bisnis mahasiswa akuntansi di Kota Bekasi. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa wirausahawan tetap perlu memperhatikan umpan balik pelanggan sebagai sumber informasi penting, meskipun saat ini mungkin belum tampak secara langsung berpengaruh terhadap keputusan mereka. Oleh karena itu, meskipun pengalaman pelanggan tetap penting dalam praktik bisnis, hasil ini menunjukkan bahwa variabel tersebut belum menjadi faktor dominan dalam mendorong keputusan berwirausaha pada populasi yang diteliti. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi signifikansi statistik dari pengalaman pelanggan, institusi pendidikan dapat merancang program pelatihan yang lebih baik untuk membantu mahasiswa memahami pentingnya interaksi pelanggan.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Pengaruh sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan pengalaman pelanggan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha", maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi akuntansi yang baik dapat membantu calon wirausahawan dalam merancang rencana bisnis yang lebih matang. Dengan kata lain, semakin baik sistem informasi akuntansi yang diterapkan, maka semakin tinggi kemungkinan seseorang dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha.
2. *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin meningkatnya penggunaan *e-commerce* akan semakin memengaruhi calon wirausahawan dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha. Artinya, penggunaan *e-commerce* sebagai alat pemasaran dan penjualan dapat mendorong individu untuk lebih percaya diri dalam memulai dan mengembangkan bisnis.
3. Pengalaman pelanggan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan secara statistik terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun arah pengaruhnya positif, namun belum cukup kuat secara statistik untuk dinyatakan signifikan dalam konteks pengambilan keputusan berwirausaha.

Implikasi

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap literatur akademik dan digunakan untuk mengembangkan model teoritis yang lebih komprehensif dalam memahami permasalahan yang sama. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam pengujian variabel sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan pengalaman pelanggan sebagai variabel independen, serta pengambilan keputusan berwirausaha sebagai variabel dependen pada mahasiswa akuntansi di perguruan tinggi di Kota Bekasi. Penelitian ini menghasilkan temuan yang berguna bagi mahasiswa akuntansi di perguruan tinggi di Kota

Bekasi yang ingin menjadi calon wirausahawan, untuk memperkuat pemahaman mereka tentang sistem informasi akuntansi. Hal ini termasuk memastikan bahwa perangkat lunak akuntansi dapat membantu wirausahawan dalam menyusun laporan keuangan yang akurat serta membuat keputusan bisnis strategis, sehingga bisnis dapat berjalan lebih efisien. Selain itu, peningkatan penggunaan *e-commerce* untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan menciptakan pengalaman pelanggan yang positif juga menjadi kunci dalam membangun loyalitas pelanggan. Dengan menerapkan hal-hal tersebut, mahasiswa akuntansi akan lebih mudah dalam memulai dan mengembangkan usahanya. Hasil penelitian ini juga dapat membantu regulator dan pemerintah, khususnya melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, dalam memperkuat sistem informasi akuntansi melalui integrasi teknologi akuntansi ke dalam kurikulum pendidikan serta pelatihan sertifikasi perangkat lunak. Pemerintah atau regulator juga dapat mengembangkan keterampilan lunak (*soft skills*) dan pembelajaran berbasis proyek, agar mahasiswa diajarkan untuk memahami kebutuhan pelanggan, menciptakan pengalaman yang baik, serta menggunakan data dalam menyusun strategi bisnis yang lebih efektif. Adapun keterbatasan dari penelitian ini adalah bahwa semua variabel penelitian, yaitu sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan pengalaman pelanggan sebagai variabel independen serta pengambilan keputusan berwirausaha sebagai variabel dependen, diukur menggunakan instrumen kuesioner. Dengan demikian, data yang diperoleh merupakan persepsi responden. Responden dikumpulkan melalui *WhatsApp*, email, dan Instagram, sehingga pengisian kuesioner tidak didampingi secara langsung. Hal ini memungkinkan adanya subjektivitas responden terhadap pertanyaan yang diajukan, serta adanya kendala dalam menunggu konfirmasi dari responden.

Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti di masa mendatang, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan mengingat masih terbatasnya studi yang secara khusus mengintegrasikan konsep pengalaman pelanggan, yang mungkin memiliki pengaruh lebih besar terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan objek penelitian yang berbeda serta kriteria responden yang lebih bervariasi, sehingga hasil penelitian dapat menjadi lebih representatif dan aplikatif.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penyelesaian penelitian ini. Terima kasih disampaikan kepada para responden mahasiswa dari delapan perguruan tinggi di Kota Bekasi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Terima kasih juga diberikan kepada *reviewer* yang telah memberikan arahan, masukan, serta koreksi yang sangat berarti bagi penyempurnaan penelitian ini. Selain itu, penulis berterima kasih kepada lembaga pendidikan yang telah memberikan izin dan fasilitas dalam proses pengumpulan data. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga, rekan-rekan, dan sahabat yang senantiasa memberikan doa, motivasi, serta dukungan moral sepanjang proses penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat nyata bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi informasi.

Daftar Pustaka

- Achmad Ihza Maulana Ibrahim, dan 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. Doi: 10.37151/Jsma.V14i1.90.
- Anggraeni, Diah. 2019. "Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengendalian Internal Berbasis COSO Dan Dampaknya Pada Pencegahan Kecurangan."
- Ardianti, Sitti (Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta). 2022. "Pengaruh Customer Experience, Customer Satisfaction Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia (Studi Pada Pengguna Tokopedia Di Wilayah Soloraya)." 9:356–63.
- Ashari, Natasya Nurul, dan Lilik Indayani. 2023. "Persepsi Generasi Z Pada Affiliate Marketing, Online Customer Experiences Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee." *Journal Umsida* 1–8.
- Endaryati, Eni. 2021. "Sistem Informasi Akuntansi." Pp. 1–131 In *Yayasn Prima Agus Teknik*.
- Fahmi, Agmi Rahayu, dan 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):1277–91. Doi: 10.35870/Emt.V8i4.3012.
- Fahmi, Ishak. 2018. "Modul: Sistem Informasi Akuntansi." Pp. 1–147 In *Pelaksanaan Pekerjaan Galian Diversion Tunnel Dengan Metode Blasting Pada Proyek Pembangunan Bendungan Leuwikeris Paket 3, Kabupaten Ciamis Dan Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat*. Vol. 1.
- Fatimah, Feti, Wenny Murtalining Tyas, dan Nurul Qomariah. 2023. "The Role Of Customer Experience, Switching Barriers And Consumer Satisfaction In Improving Repurchase Decisions In Retail Smes." *Journal Of Economics, Finance And Management Studies* 06(08):3738–45. Doi: 10.47191/Jefms/V6-I8-23.
- Fitriza Ferunita Koto, Gita Sari Agape Soebijakto, dan Erica Adriana. 2023. "Analisis Pengaruh Atmosfer Café Dan Customer Experience Terhadap Pengambilan Keputusan Customer Yaitu Mahasiswa Malang Dalam Pemilihan Tempat Coffee Shop Untuk Belajar." *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis* 3(3):08–19.
- Gani, Azmir, Ika Rahmadani, Sari Maulida Vonna, Linda Rahmazaniati, dan Rina Maulina. 2022. "Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Di Sektor Agro And Marine Industry (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Teuku Umar)." *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 6(1):117–29. Doi: 10.35308/Jbkan.V6i1.5127.
- Hendrawati. 2017. "Pengambilan Keputusan Berwirausaha." *Jurnal Akuntansi* 11(2015).
- Henry Simamora. 2019. "Pengambilan Keputusan Bisnis." P. 27 In *Jakarta: Salemba Empa*.
- Hidayah, Nur Lailatul, dan Hadiah Fitriyah. 2023. "The Effect Of E-Commerce, Business Capital, Income Expectation , And The Use Of Accounting Information Systems On Entrepreneurial Decision Making With Self-Efficacy As A Moderation Variabble Toward Accounting Departement Students Of Muhammadiyah Sidoarjo."
- Ikhsan Nurahman. 2021. "Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Transportasi Online Grab(Survei Pada Pelanggan Grab Di Kabupaten Sleman)." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi* 8(2):1–5.

- Kurniawan, Lydia, Lilis Anggraeni, Pandu Haryanto, dan Adji Suratman. 2022. "Penggunaan E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Ditengah Pandemi Covid-19." *Ikraith-Ekonomika* 5(3):287–94. Doi: 10.37817/Ikraith-Ekonomika.V5i3.2486.
- Kusumaningsih, A., M. Hasan, D. M. Al Hamid, dan ... 2023. *Pengambilan Keputusan Dalam Bisnis*.
- Muhammad Daffa Rahmandika. 2022. "Pengalaman Pelanggan , Ulasan Pelanggan Keputusan Pembelian Ulang." 01(1):1–12.
- Nurabiah, Herlina Pusparini, dan Yusli Mariadi. 2021. "E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Berwirausaha." *Jurnal Aplikasi Akuntansi* 238–53.
- Oscar, Dony, dan Endang Retnoningsih. 2018. "Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Berpengaruh Terhadap Keputusan Dalam Pembelian Online Dengan Metode Technology Acceptance Model." *Indonesian Journal On Software Engineering (IJSE)* 4(1):67–72. Doi: 10.31294/Ijse.V4i1.6299.
- Putri, Kinasih Ajeng. 2023. "Determinan Customer Experience, Value, Trust, Satisfaction And Loyalty Produk Body Care Vaseline." 12:6–25.
- Ray, Swati, Joyati Das, Ranjana Pande, dan A. Nithya. 2024. "Pengaruh E-Commerce, Social Media Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha." 11:195–222. Doi: 10.1201/9781032622408-13.
- Rehatalanit, Y. L. .. 2021. "Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis." *Jurnal Teknologi Industri* 5(0):62–69.
- Rosmawarni, Neny. 2024. "E-COMMERCE."
- Sapulette, Shella Gilby, Fanny Monica Anakotta, dan Melinda Victoria Rooy. 2023. "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Sistem Informasi Akuntansi Dan E-Commerce Dalam Pengambilan Keputusan Berwirausaha." *Jurnal Revenue* 4(1):363–73.
- Sihombing, Michael Jonatan Sihombing, dan Hari Sulistyio. 2021. "Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha." *Jurnal Sosial Sains* 1(4):309–21. Doi: 10.36418/Sosains.V1i4.78.
- Syahrani, Elliza Putri, dan Sekar Mayangsari. 2022. "Pengaruh E-Commerce, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, Ketersediaan Modal, Dan Dukungan Keluarga Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha Pada Mahasiswa Akuntansi." *Jurnal Ekonomi Trisakti* 2(2):1189–1202.
- Yanti. 2017. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data | Saya Cuma Satu." (January):173.
- Yanti, Nafri, Yeti Mulyati, Dadang Sunendar, dan Vismaia Damaianti. 2021. "Tingkat Literasi Digital Mahasiswa Indonesia." *Diksa : Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* 7(1):59–71. Doi: 10.33369/Diksa.V7i1.22391 .