

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi, terutama dalam bidang digital, banyak peluang baru bagi wirausahawan untuk memanfaatkan kemajuan tersebut dalam menjalankan bisnis mereka. Digitalisasi telah membuka pintu bagi inovasi yang memungkinkan usaha kecil dan besar untuk beroperasi lebih efisien dan dengan biaya yang lebih rendah. Hal ini tidak hanya membuat bisnis lebih kompetitif, tetapi juga memungkinkan mereka untuk berinovasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan tren konsumen yang terus berkembang.

Berwirausaha merupakan kegiatan yang melibatkan penciptaan dan pengelolaan suatu usaha dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan. Berwirausaha merupakan suatu kesanggupan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan mewujudkan peluang melalui proses berpikir secara kreatif dan inovatif (Novitasari et al., 2021). Seorang wirausahawan dituntut untuk memiliki kemampuan dalam mengambil keputusan yang tepat, mengelola sumber daya, serta menciptakan inovasi agar usahanya dapat berkembang dan bersaing di pasar. Kemampuan ini sangat penting, mengingat persaingan yang semakin ketat, serta kebutuhan untuk selalu beradaptasi dengan perubahan yang ada di lingkungan bisnis.

Di era digital ini semakin banyak individu termasuk mahasiswa yang tertarik untuk memulai usaha mereka sendiri, baik dalam skala kecil

maupun besar. Bagi mahasiswa, ini merupakan peluang emas untuk mengasah keterampilan kewirausahaan dan mengembangkan ide kreatif mereka sejak dini. Mereka dapat memanfaatkan berbagai alat digital untuk menjalankan bisnis, seperti website, pemasaran digital, dan analitik yang dapat membantu mereka memahami pasar dan pelanggan secara lebih mendalam. Teknologi ini memberikan mereka keunggulan dalam mengelola usaha dengan lebih efisien dan mengurangi hambatan yang biasanya dihadapi oleh pengusaha pemula.

Teknologi yang sering di gunakan oleh mahasiswa adalah e-commerce dan media social. E-commerce merupakan penggunaan internet dan web untuk melakukan aktivitas bisnis, dengan fokus utama pada perluasan pasar, peningkatan efisiensi operasional, dan pemberian pengalaman belanja yang lebih baik bagi konsumen (Taufiq dan Indrayani,2022). Dengan e-commerce, mahasiswa dapat memulai usaha dengan biaya yang lebih rendah, tanpa harus memiliki toko fisik, dan dapat menjangkau pelanggan dari berbagai daerah. Selain itu, e-commerce juga menyediakan berbagai fitur yang memudahkan proses dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan para mitra bisnis. (Ahmad, *et al*, 2022).

Kemudahan yang diberikan ini dapat menarik pandangan masyarakat Indonesia untuk menikmati secara langsung layanan-layanan online yang tersedia di E-Commerce dan memutuskan untuk berwirausaha

secara online, baik menggunakan komputer maupun gadget yang dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Dalam hal ini, E-Commerce merupakan faktor pertama yang diduga memberikan pengaruh dalam keputusan individu untuk berminat dalam berwirausaha. Sementara, media Sosial menjadi sarana efektif dalam memasarkan produk dan membangun hubungan dengan pelanggan. Media sosial memungkinkan para calon wirausahawan untuk mengakses berbagai informasi terkait peluang usaha, tren pasar, dan pengalaman orang lain. Melalui platform seperti Instagram, LinkedIn, atau YouTube, seseorang dapat menemukan inspirasi dari kisah sukses wirausahawan lain, ide-ide bisnis baru, dan strategi pemasaran yang efektif. Dalam hal ini media sosial bisa menjadi pengaruh dalam keputusan individu untuk berminat dalam berwirausaha.

Berwirausaha juga membutuhkan informasi-informasi pendukung atas proses usaha. Sumber informasi adalah data, dan data merupakan kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian dan kesatuan yang nyata, salah satu penyaji informasi adalah akuntansi, dimana akuntansi merupakan alat untuk menginformasikan keadaan suatu perusahaan atau organisasi. SIA dianggap menjadi kemampuan dasar yang wajib dimiliki oleh setiap calon wirausaha agar dapat lebih mudah mengatur strategi dalam persaingan bisnis yang ketat. Sistem Informasi Akuntansi adalah kecerdasan informasi yang menyediakan proses pengumpulan dan penyimpanan data (Anggreani, *et all*, 2022). Sistem ini sangat penting untuk mengelola transaksi keuangan, memantau arus kas, dan menyusun laporan keuangan yang akurat. dalam

SIA tidak hanya mengolah data keuangan saja, data non keuangan juga diikutsertakan karena pengambilan keputusan tidak hanya informasi keuangan saja yang diperlukan, informasi non keuangan tentang suatu kondisi dan keadaan juga dapat dipergunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan (Wulandari et al., 2020). Berdasarkan penjabaran di atas peneliti menganggap Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh kuat terhadap keputusan berwirausaha oleh mahasiswa.

Berdasarkan penelitian terdahulu Darmawan et al (2022) dan Ningsih & Sari (2021) berpendapat bahwa e-commerce berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha di kalangan mahasiswa. Sejumlah penelitian menunjukkan keberadaan e-commerce dianggap dapat mempermudah proses memulai dan mengelola usaha baru. Mahasiswa melihat potensi besar dalam memanfaatkan platform tersebut untuk membangun bisnis mereka. Kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan e-dagang dianggap mampu memfasilitasi generasi muda dalam merealisasikan usaha baru (Rahayu & Dwiyanto, 2020). Berbanding terbalik hasil penelitian Suryani (2019), Ratih Eka (2020), Putra & Darma (2021) bahwa *E-commerce* tidak berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Hasil menunjukkan bahwa keberadaan e-commerce tidak memberikan pengaruh besar terhadap keputusan mahasiswa untuk memulai usaha sendiri. Meskipun *e-commerce* dianggap dapat membuka peluang bisnis yang menguntungkan, ternyata faktor-faktor lain lebih dominan dalam mendorong mahasiswa terjun ke dunia kewirausahaan.

Laksana & Wijaya (2022) dan Santoso & Nugroho (2023) bahwa media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Adanya pengaruh media sosial terhadap niat berwirausaha dapat dijelaskan melalui beberapa mekanisme. Media sosial dapat berperan sebagai sumber informasi dan inspirasi, menyediakan berbagai informasi, cerita sukses, dan model peran kewirausahaan yang dapat memotivasi dan memengaruhi intensi individu untuk berwirausaha. Selain itu, interaksi di media sosial dapat memberikan dukungan, umpan balik, dan akses pada jaringan sosial yang mendukung niat berwirausaha. Namun, hasil ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian dari Hanifah & Sari (2020), Wijaya & Pratama (2021), Lestari & Mulyanto (2023) bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Mayoritas konten dalam ranah media sosial yang dikonsumsi oleh mahasiswa masih didominasi oleh materi-materi yang bersifat hiburan, tren gaya hidup, serta interaksi sosial. Hanya terdapat sedikit sekali muatan informasi yang secara spesifik berkaitan dengan topik-topik kewirausahaan, seperti profil pengusaha muda atau panduan memulai usaha baru. Akibatnya, mahasiswa cenderung memanfaatkan media sosial lebih untuk kepentingan rekreasi dan sosialisasi, dan bukannya sebagai sumber rujukan atau inspirasi dalam berwirausaha.

Berdasarkan penelitian sebelumnya Auligya & Moch (2023), Juwita & Santoso (2021), Sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan Keputusan berwirausaha. Sistem informasi yang paling

populer di kalangan wirausahawan adalah sistem informasi akuntansi. sistem informasi akuntansi memiliki peran esensial dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan kewirausahaan. Pemanfaatan sistem informasi akuntansi yang canggih dapat membantu wirausahawan dalam melakukan analisis data, forecasting, dan pemantauan kinerja bisnis secara lebih komprehensif, sehingga dapat mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat dan adaptif terhadap dinamika pasar. Wirausahawan yang dapat memanfaatkan sistem informasi akuntansi secara optimal memiliki keunggulan dalam membuat keputusan strategis yang lebih terinformasi dan adaptif terhadap perubahan pasar yang dinamis. Berbanding terbalik dengan hasil penelitian Novita & Chairunnisa (2021) Ramadhani & Suryani (2022), dan Sulistyono & Nugroho (2022) bahwa sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kewirausahaan. Maka dengan adanya hal ini, peneliti ingin melakukan penelitian dengan objek yang berbeda yaitu Mahasiswa Jurusan Akuntansi UPN Veteran Jawa Timur periode tahun 2021 dan 2022 serta menambahkan variabel media sosial dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa Jurusan Akuntansi UPN Veteran Jawa Timur dengan judul **“Pengaruh E-Commerce, Media Sosial dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi UPN Veteran Jawa Timur ”**.

1.2 Rumusan Masalah

Atas latar belakang yang disajikan, rumusan masalah peneliti:

1. Apakah e-commerce berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa untuk berwirausaha?
2. Apakah social media berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa untuk berwirausaha ?
3. Apakah sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan mahasiswa untuk berwirausaha?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan membuktikan bahwa terdapat pengaruh *E-commerce* terhadap pengambilan Keputusan berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi UPN Veteran Jawa Timur
2. Untuk menguji dan membuktikan bahwa terdapat pengaruh media sosial terhadap pengambilan Keputusan berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi UPN Veteran Jawa Timur
3. Untuk menguji dan membuktikan bahwa terdapat pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap pengambilan Keputusan berwirausaha pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi UPN Veteran Jawa Timur

1.3.1 Manfaat Operasional

1.3.1.1 Bagi Penulis

Diharapkan dapat memperluas wawasan dan pemahaman penulis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berwirausaha di kalangan mahasiswa akuntansi, memberikan kesempatan bagi penulis

untuk mengasah kemampuan penelitian dan publikasi ilmiah dan menjadi bahan referensi dan pengalaman bagi penulis untuk melakukan penelitian serupa atau lebih lanjut di masa depan.

1.3.1.2 Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan, khususnya startup atau UKM, tentang peran *e-commerce*, media sosial, dan sistem informasi akuntansi dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa, dapat dimanfaatkan sebagai dasar untuk mengembangkan program kemitraan atau kerja sama dengan institusi pendidikan guna mendukung pengembangan kewirausahaan dan membantu perusahaan memahami potensi pasar dan perilaku konsumen dari kalangan mahasiswa, sehingga dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif

1.3.1.3 Bagi Pemerintah

Hasil dari penelitian tersebut diharapkan dapat menyediakan informasi yang berharga bagi pemerintah dalam menyusun kebijakan dan program pengembangan kewirausahaan, khususnya di kalangan generasi muda, dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam merancang insentif atau dukungan bagi mahasiswa yang ingin memulai usaha, seperti akses permodalan, pelatihan, dan pendampingan, dan membantu pemerintah memahami peran teknologi dan sistem informasi dalam mendorong semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa, sehingga dapat

menciptakan ekosistem yang lebih kondusif bagi pertumbuhan wirausaha muda.

1.3.2 Manfaat dalam Pengembangan

Hasil penelitian dapat menjadi titik tolak untuk melakukan penelitian-penelitian lanjutan yang lebih mendalam, baik terkait variabel-variabel yang diteliti maupun populasi yang berbeda. Hal ini akan mendorong perkembangan ilmu pengetahuan di bidang kewirausahaan.