

The effect of e-commerce on entrepreneurial decision making using an android application-based accounting information system as a moderating variable

Refangga Aditya¹, Dea Febriyanti²

¹ IAIN Salatiga

² IAIN Salatiga

^{*)} 1refanggaditya@gmail.com, 2deafebriyanti.febi@gmail.com,

Abstract

This study aims to analyze and provide empirical evidence of the effect of e-commerce and accounting systems as moderating variables on entrepreneurial decision making. The method used in this research is quantitative method, with classical assumption test techniques, multiple linear regression analysis, descriptive analysis, and hypothesis testing, using SPSS version 25 software. Data were collected by distributing questionnaires using random sampling techniques distributed to 40 respondents or students. The results of the study based on the Moderated Regression Analysis (MRA) show that the presence of a moderating variable, namely the variable use of the Accounting Information System based on the android application, will be able to strengthen or increase the influence of the E-Commerce variable on the variables of Entrepreneurial Decision Making in IAIN Salatiga students.

Keywords: Entrepreneurship, E-Commerce, Accounting Information Systems

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan memberikan bukti empiris pengaruh e-commerce dan Sistem Informasi Akuntansi berbasis android sebagai variabel moderasi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan teknik uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis deskriptif, dan uji hipotesis, dengan menggunakan software SPSS versi 25. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuisioner dengan menggunakan teknik random sampling yang disebarakan kepada 40 responden atau mahasiswa. Hasil penelitian berdasarkan analisis Moderated Regression Analisis (MRA) menunjukkan dengan adanya variabel moderasi yaitu variabel penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berbasis aplikasi android akan dapat memperkuat atau meningkatkan pengaruh variabel *E-Commerce* terhadap variabel Pengambilan Keputusan Berwirausaha mahasiswa IAIN Salatiga.

Kata Kunci: Wirausaha, E-Commerce, Sistem Informasi Akuntansi

1. Pendahuluan

Jika membicarakan tentang kewirausahaan, saat ini sedang banyak diperbincangkan. Wirausaha adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang yang

dipercaya dapat meningkatkan kualitas hidup. Pengambilan keputusan merupakan peran utama yang dilakukan pengusaha dalam mengelola usahanya. Dengan munculnya teknologi *E-Commerce* sangat membantu bagi para pembisnis, karena dapat menciptakan usaha yang baru menggunakan media sosial yang cakupannya lebih luas. Pada era sekarang banyak para pengusaha yang memanfaatkan teknologi canggih untuk melakukan usaha. Semakin tinggi persaingan usaha, membuat para pengusaha menggunakan teknologi informasi untuk menunjang pengembangan dan kelangsungan usahanya. Salah satu aplikasi teknologi informasi yang digunakan untuk meningkatkan usahanya yaitu *electronic commerce (e-commerce)*.

E-Commerce sudah ada sejak tahun 1995, dimana kegiatannya menggunakan digital dalam melakukan transaksi. Dengan adanya *E-Commerce* menjadikan perubahan dalam cara berinteraksi antara penjual, pembeli, ataupun pihak pemerintahan. Perubahan ini membuat *E-Commerce* menjadi berkembang di beberapa pasar dan negara berkembang. *E-Commerce* dianggap sebagai peluang yang besar bagi Negara-negara berkembang untuk mendapatkan tumpuan yang kuat dalam sistem perdagangannya.

E-Commerce merupakan transaksi jual beli barang dan jasa yang menggunakan internet sebagai mediana. Biasanya konsumen menggunakan media internet untuk dijadikan sumber informasi untuk membandingkan harga satu dengan harga lainnya atau hanya melihat barang-barang terbaru yang ditawarkan sebelum melakukan pembelian secara online maupun offline. Sedangkan produsen menggunakan internet digunakan sebagai cara berhubungan dengan pelanggan, pemasok, atau cara untuk memasarkan produknya dan logistik. (Sihombing, 2021)

Untuk menunjang penggunaan *E-Commerce* dalam mengelola usaha, wirausaha harus memahami sistem informasi akuntansi, karena dalam berwirausaha pasti terdapat masalah-masalah internal yang dihadapi seperti kekurangan modal kerja, persaingan dengan usaha yang lebih besar, sulitnya mendapatkan bahan baku, strategi manajemen yang rendah, dan masalah keuangan perusahaan. Oleh karena itu wirausaha harus memperhatikan sistem informasi akuntansi agar usaha yang dijalankan dapat berjalan secara efektif dan efisien, serta dapat mengurangi risiko-risiko yang dihadapi nantinya. Dengan adanya sistem informasi akuntansi dapat merubah cara berpikir para wirausaha dalam mengelola usahanya. Penggunaan metode akuntansi tradisional dianggap tidak efisien karena dalam pencatatannya menggunakan pencatatan transaksi harian manual yang dapat menimbulkan risiko tidak ketelitian entri data, kinerja karyawan yang tidak efisien, penggunaan kertas dalam pencatatan secara berlebihan sehingga menyebabkan permasalahan dalam aktivitas dan kinerja organisasi. Sistem informasi akuntansi dapat diartikan sebagai sistem yang berbasis android yang memiliki banyak fitur untuk meningkatkan pengendalian dan meningkatkan kerja sama dalam suatu organisasi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka kami tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Dengan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Aplikasi Android Sebagai Variabel Moderasi. (Studi Empiris Pada Mahasiswa IAIN Salatiga)".

2. Literature Review

2.1 *E-Commerce*

E-Commerce atau sering disebut dengan *E-Commerce* merupakan kegiatan jual beli dengan menggunakan media elektronik dan media internet. Kegiatan bisnis yang dilakukan dalam *e-commerce* seperti melakukan pemasaran, memberikan pelayanan kepada pelanggan, melakukan penjualan, melakukan pengiriman, dan pembayaran yang dilakukan konsumen. Pada *e-commerce* tidak hanya memberikan layanan jual beli saja, tetapi terdapat kegiatan lain seperti kerja sama antar wirausahawan.

E-Commerce dapat dikatakan sebagai jual beli pertukaran barang dengan media internet. Proses dalam melakukan transaksi *e-commerce* yaitu yang pertama penjual memperlihatkan produk yang dijualnya dengan detail. Kedua, konsumen melakukan registrasi sebelum memesan barang. Ketiga, Konsumen melakukan pemesanan barang yang diinginkan. Keempat, Konsumen melakukan pembayaran barang yang diinginkan dapat melalui rekening. Kelima, barang yang sudah dipesan akan diantar ke alamat pembeli, sehingga pembeli tidak susah payah pergi kemana-mana tinggal tunggu dirumah barang akan sampai. (Maulana & Asra, 2019)

Konsep *E-Commerce* bermula dari EDI (*Electronic Data Interchange*) yaitu perusahaan dalam melakukan bisnisnya tanpa menggunakan kertas dan cara manual. Oleh karena itu, *E-Commerce* selalu menggantungkan pada perkembangan teknologi, karena semua kegiatannya dilakukan dengan menggunakan teknologi. (Pradana, 2017) *E-commerce* terbagi menjadi enam (Wulandari, Maslichah, & ..., 2020), yaitu:

- a. *Business to consumer* (B2C), yaitu penjual dan pembeli harus individu.
- b. *Business to business* (B2B), yaitu penjual dan pembeli merupakan *business organizations*.
- c. *Consumer to consumer* (C2C), yaitu konsumen yang menjual barang-barangnya ke penjual lain.
- d. *Business to employee* (B2E), yaitu *e-commerce* dalam perusahaan digunakan sebagai informasi dan jasa bari karyawan perusahaan.
- e. *E-Government*, yaitu *e-commer* sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat, pemasok dan lainnya.
- f. *Mobile Commerce* (*m-commerce*), yaitu seperti smartphone sebagai alat untuk berbelanja online.

2.2 Sistem Informasi Akuntansi (SIA)

Menurut Bodnar & Hopwood (2003:2) menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi adalah sumber daya, alat yang digunakan untuk mengolah data yang kemudian data tersebut digunakan menjadi sistem informasi yang digunakan oleh pengguna pengambil keputusan. (Wahyuni & Diana, 2020) Beliau juga menyatakan bahwa sumber informasi merupakan sebuah data yang diolah untuk dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan oleh pimpinan perusahaan. SIA berfungsi untuk mencatat, menyimpan data akuntansi yang dijadikan sebagai data informasi untuk pengambilan keputusan. (Pramiswari, 2017)

Sedangkan Azhar Susanto (2017:80) berpendapat bahwa sistem informasi akuntansi adalah suatu kumpulan atau komponen dalam bentuk fisik maupun non fisik yang saling berhubungan dan bekerja sama untuk mengerjakan data transaksi keuangan menjadi informasi keuangan atau informasi akuntansi. (Dewi et al., 2020)

Jadi dapat disimpulkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi adalah sistem di pada suatu akuntansi yang berisi tentang laporan, catatan, informasi dan lainnya mengenai data transaksi keuangan sehingga menghasilkan informasi keuangan yang diperlukan

perusahaan dan para penggunanya. Sistem untuk manajemen karena sebagai pengendali sistem yang ada di perusahaan.

Sistem informasi akuntansi dapat melaporkan kondisi keuangan perusahaan dengan cepat dan akurat untuk disampaikan kepada pihak-pihak yang membutuhkan laporan keuangan. Selain itu sistem informasi akuntansi juga dapat menekan biaya-biaya yang tidak penting pada perusahaan dan membuat lebih efektif dan efisien. Untuk menghasilkan informasi yang baik sistem informasi akuntansi terdapat beberapa fungsi yaitu sebagai berikut.

- Mengumpulkan dan menyimpan data transaksi yang dilakukan perusahaan.
- Memilih dan mengambil data transaksi yang diperlukan.
- Memproses data transaksi kemudian mencatatnya ke dalam jurnal.
- Mengubah data transaksi menjadi informasi akuntansi yang diperlukan perusahaan.
- SIA sebagai pengendali keuangan perusahaan agar tidak terjadi kecurangan yang dilakukan karyawan.

2.3 Kewirausahaan

Rusdiana (2014) berpendapat bahwa kewirausahaan adalah kemauan seseorang dalam menanggung risiko dengan menciptakan hal-hal baru dengan memanfaatkan sumber daya yang ada (Hendrawan & Sirine, 2017). Menurut Baldacchino (2008) mengemukakan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif yang dijadikan sumber daya untuk memperoleh keuntungan menuju sukses.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah suatu usaha yang dilakukan seseorang dengan kreatifitasnya berdasarkan inovasi guna menciptakan peluang sehingga memperoleh keuntungan. Dalam berwirausaha harus memerhatikan dua unsur penting yaitu peluang dan memanfaatkan peluang yang ada (Hakim & Z, 2016). Keinginan rasa untuk berwirausaha muncul dalam diri seseorang yang dipengaruhi oleh motivasi, keinginan, produk yang sedang banyak diminati seseorang atau lainnya. Keinginan rasa tersebut dapat dikatakan sebagai minat berwirausaha. (Trihudyatmanto, 2019)

Menurut (Margareta & Setiawati, 2019) orang yang berwirausaha memiliki banyak manfaat diantaranya memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, mengembangkan potensi dan bakat diri sendiri, melatih jiwa kepemimpinan seseorang, mampu mengatur waktu dengan baik, memahami banyak tingkah laku tentang konsumen, memberikan wawasan, dan memiliki relasi yang luas.

Seseorang yang memilih untuk berwirausaha harus memiliki sifat kreatif dan inovatif, berani mengambil risiko, memiliki jiwa kepemimpinan, mampu memanfaatkan peluang yang ada, memiliki sifat kerja keras dan semangat yang tinggi. Dengan kita membuka usaha dapat memberikan manfaat bagi orang lain yaitu membuka lapangan pekerjaan bagi yang membutuhkan, menumbuhkan kesejahteraan diri sendiri dan masyarakat sekitar yang bekerja di usaha kita, membantu para wirausaha muda untuk memulai berbisnis.

2.4 Pengembangan Hipotesis

Seorang wirausaha juga sebaiknya memahami Sistem Informasi Akuntansi, karena Sistem Informasi Akuntansi berguna untuk penggunanya terutama dalam pengolahan keuangan (Wulandari, Maslichah, & Sudaryanti, 2020), dapat juga

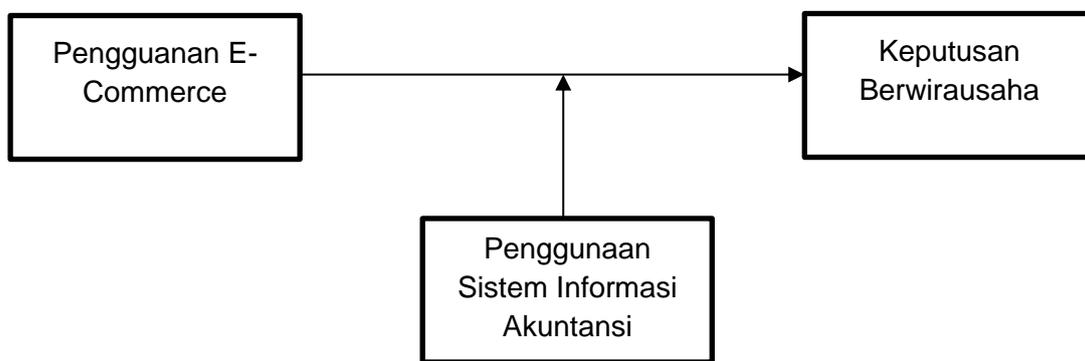
meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengambilan keputusan sehingga memungkinkan perusahaan memperoleh keuntungan yang maksimal (Yadewani & Wijaya, 2017).

Berdasarkan hal di atas peneliti menyusun hipotesis mengenai pengaruh e-commerce dan Sistem Informasi Akuntansi berbasis android sebagai variabel moderasi terhadap pengambilan keputusan berwirausaha sebagai berikut:

H1 : Penggunaan *E-commerce* berpengaruh pada pengambilan keputusan berwirausaha

H2 : Penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis android memoderasi pengaruh penggunaan *E-commerce* terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

2.5 Kerangka Analisis



3. Metode Penelitian

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Institut Agama Islam Negeri Salatiga. Sampel yang digunakan adalah 40 responden dengan metode *random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara umum dengan sampel mahasiswa aktif IAIN Salatiga lintas angkatan.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan teknik pengambilan data dengan cara mengisi kuesioner yang disebarakan secara online (*google form*). Data yang telah didapat melalui kuesioner memuat informasi yang selanjutnya akan diolah untuk memecahkan masalah penelitian dan membuktikan kebenaran hipotesis dengan skala likert. Menurut (Ukkas, 2017), skala likert adalah skala psikometrik yang digunakan dalam angket atau kuesioner yang bertujuan untuk melakukan riset atau survey.

3.3 Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan teknik uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Alat analisis data menggunakan software SPSS versi 25. Pengujian asumsi klasik yang dilakukan terdiri atas uji normalitas, heteroskedastisitas dan

multikolinearitas. Teknik analisis data juga menggunakan uji hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk memperkirakan dugaan sementara dari penelitian terdahulu. Uji signifikansi antara variabel dependen baik dilakukan secara bersama-sama ataupun secara parsial dilakukan dengan menggunakan uji statistik t, uji statistik F, dan koefisien determinasi (R²).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat valid atau tidak dalam mengumpulkan data. Uji validitas dilakukan dengan rumus korelasi bivariate person dengan alat bantu IBM SPSS Statistics 25. Item kuesioner dalam uji validitas dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel pada nilai signifikansi 5%. Sebaliknya, item kuesioner dikatakan tidak valid jika nilai r hitung < r tabel pada nilai signifikansi 5%. Adapun ringkasan hasil uji validitas sebagaimana data dalam table berikut ini.

1. E-Commerce (X1)

Tabel 1. Validitas E-Commerce (X1)

No. Kuesioner	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.330	0.312	Valid
2	0.472	0.312	Valid
3	0.531	0.312	Valid
4	0.608	0.312	Valid
5	0.786	0.312	Valid
6	0.666	0.312	Valid
7	0.668	0.312	Valid
8	0.828	0.312	Valid

Sumber : Pengolahan Data IBM SPSS Statistics 25

Berdasarkan Tabel 1 di atas diketahui dari total 8 kuesioner variable e-commerce (X1) dinyatakan valid karena masing-masing kuesioner memiliki r hitung > r table.

2. Penggunaan SIA Berbasis Aplikasi Andorid (X2)

Tabel 2. Validitas Penggunaan SIA Berbasis Aplikasi Android (X2)

No. Kuesioner	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.813	0.312	Valid
2	0.865	0.312	Valid
3	0.786	0.312	Valid
4	0.772	0.312	Valid
5	0.862	0.312	Valid
6	0.828	0.312	Valid
7	0.775	0.312	Valid
8	0.671	0.312	Valid

Sumber : Pengolahan Data IBM SPSS Statistics 25

Berdasarkan Tabel 2 di atas diketahui dari total 8 kuesioner variable penggunaan SIA berbasis aplikasi android (X2) dinyatakan valid karena masing-masing kuesioner memiliki r hitung $>$ r table.

3. Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Y)

Tabel 3. Validitas Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Y)

No. Kuesioner	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0.682	0.312	Valid
2	0.717	0.312	Valid
3	0.750	0.312	Valid
4	0.627	0.312	Valid
5	0.568	0.312	Valid
6	0.477	0.312	Valid

Sumber : Pengolahan Data IBM SPSS Statistics 25

Berdasarkan Tabel 3 di atas diketahui dari total 6 kuesioner variable pengambilan keputusan (Y) dinyatakan valid karena masing-masing kuesioner memiliki r hitung $>$ r table.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus alpha. Uji signifikansi dilakukan pada taraf $\alpha = 0.05$. Instrumen dapat dikatakan reliable jika nilai alpha lebih besar dari r table (0.312).

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Rhitung	Rtabel (5%) 40	Keterangan
<i>E-Commerce</i> (X1)	0.763	0.312	Reliabel
Penggunaan SIA berbasis aplikasi android (X2)	0.912	0.312	Reliabel
Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Y)	0.711	0.312	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data SPSS Statistics 25

Hasil uji reliabilitas diperoleh nilai koefisien reliabilitas kuesioner X1 sebesar 0.763, kuesioner X2 sebesar 0.912, dan kuesioner Y sebesar 0.711. Berdasarkan nilai koefisien reliabilitas tersebut dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner dalam penelitian ini reliable atau konsisten, sehingga dapat digunakan sebagai instrument dalam penelitian.

4.2 . Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk meyakinkan apakah model yang digunakan dalam pengujian tidak melanggar asumsi tersebut. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. (Anugrah & Priantara, 2018)

Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,94757700
Most Extreme Differences	Absolute	,152
	Positive	,152
	Negative	-,107
Test Statistic		,152
Asymp. Sig. (2-tailed)		,021 ^c

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov Smirnov pada tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,21. Hal ini berarti nilai tersebut lebih dari 0.05, sehingga data ber distribusi normal. Dengan demikian model regresi layak digunakan untuk penelitian.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12,649	2,653		4,768	,000		
	E-Commerce	,162	,092	,279	1,762	,086	,662	1,510
	SIA	,239	,091	,416	2,626	,012	,662	1,510

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil perhitungan yang ada pada tabel 6 menyatakan bahwa nilai tolerance pada masing–masing variabel sebesar 0,162 dan 0,239 dimana Tolerance > dari 0.1, dan pada nilai VIF masing–masing variabel sebesar 1,510 menyatakan bahwa VIF < 10. Sehingga dalam hal ini tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 7. Uji Heteroskedastitas(Uji Glejser) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,357	1,625		,835	,409
TOTAL_X1	,033	,056	,116	,578	,567
TOTAL_X2	-,026	,056	-,093	-,462	,647

a. Dependent Variable: res2

Dari hasil uji Heterokedasitas menggunakan Uji Glejser dari variabel independen menunjukkan sebesar 0,567 dan 0,647 yang artinya di atas dari nilai standar signifikansi 0,05. Sehingga dalam hal ini tidak terjadi masalah Heterokedasitas.

Tabel 8. Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
-------	---	----------	-------------------	----------------------------	---------------

1	,621 ^a	,386	,352	2,000	1,836
---	-------------------	------	------	-------	-------

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_X3

Berdasarkan hasil tabel 8. Uji Autokorelasi diketahui untuk nilai DW - 1,836. Dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 55 (0,05) dengan jumlah sampel 40 dan jumlah variabel independen sebanyak 2 (K-2) = 2,40, sehingga didapatkan hasil dua dari tabel r = 1,600. Nilai DW lebih besar dari batas DU sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat Autokorelasi.

4.3 Analisis Data

Tabel 9. Analisis Data Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
E-Commerce	40	17,00	40,00	30,5250	4,28466
Sistem Informasi Akuntansi	40	23,00	40,00	32,3250	4,31686
Keputusan Berwirausaha	40	21,00	30,00	25,3250	2,48470
Valid N (listwise)	40				

Berdasarkan tabel 9, menunjukkan rata-rata indikator Variabel e-commerce mahasiswa IAIN Salatiga yaitu 30,5 terdapat pada kriteria Setuju. Kemudian rata-rata indikator Variabel Sistem Informasi Akuntansi Mahasiswa IAIN Salatiga yaitu 32,3 terdapat pada kriteria Setuju. Dan yang selanjutnya Kemudian rata-rata indikator Variabel Keputusan Berwirausaha Mahasiswa IAIN Salatiga yaitu 25,3 terdapat pada kriteria Netral.

4.4 Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linier Sederhana

Secara matematis model analisis regresi linier sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Y = A + BX + e$$

Y adalah variabel dependen atau respon

A adalah intercept atau konstanta

B adalah koefisien regresi atau slope

e adalah residual atau error

Tabel 10. Uji Regresi Linier Sederhana

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ECOMMERCE ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Berwirausaha

b. All requested variables entered.

Tabel 11. Uji Regresi Linier Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,521 ^a	,271	,252	2,149

a. Predictors: (Constant), ECOMMERCE

Tabel 11. di atas menunjukkan bahwa besarnya nilai korelasi (R) yaitu sebesar 0,521. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi yang menunjukkan nilai Adjusted R-square sebesar 0,271. Hal ini berarti bahwa variabel independen yaitu penggunaan e-commerce terhadap variabel dependen yaitu keputusan berwirausaha adalah sebesar 27,1%.

Tabel 12. Uji Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16,109	2,475		6,508	,000
ECOMMERCE	,302	,080	,521	3,759	,001

a. Dependent Variable: Keputusan Berwirausaha

Diketahui nilai Constant (a) sebesar 16,109, sedang nilai ECOMMERCE (b/koefisien regresi) sebesar 0,302, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 16,109 + 0,302X$$

Koefisien regresi X sebesar 0,302 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai E-Commerce, maka nilai Keputusan Berwirausaha bertambah sebesar 0,302. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Berdasarkan nilai signifikansi: dari tabel Coefisients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel E-Commerce(X) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Berwirausaha (Y). Berdasarkan nilai t: diketahui nilai t_{hitung} sebesar $3,759 > t_{tabel}$ 2,024, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel E-Commerce(Y) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Berwirausaha(Y).

2. Uji Moderated Regression Analisis

Untuk menguji variable moderasi menggunakan model analisis regresi MRA (Moderating Regression Analisis). MRA ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian, dengan persamaan sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan:

Y : Pengambilan Keputusan Berwirausaha

α : Konstanta

$\beta_{1,2,3}$: Koefisien Beta

X_1 : E-Commerce

X_2 : Penggunaan SIA Berbasis Aplikasi Android

Tabel 13. Uji MRA Persamaan 1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.521 ^a	.271	.252	2.14908

a. Predictors: (Constant), E-Commerce

Tabel 14. Uji MRA Persamaan 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.621 ^a	.386	.335	2.02660

a. Predictors: (Constant), E-Commerce*Penggunaan SIA Berbasis Aplikasi Android, E-Commerce, Penggunaan SIA Berbasis Aplikasi Android

Berdasarkan uji hipotesis di atas menunjukkan bahwa nilai RSquare pada persamaan regresi pertama sebesar 0,271 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel E-Commerce berpengaruh terhadap variabel pengambilan keputusan sebesar 27,1%. Setelah adanya variabel moderasi yaitu variabel penggunaan SIA berbasis aplikasi android pada persamaan regresi kedua, nilai RSquare tersebut meningkat menjadi 0,386 atau 38,6%. Maka dapat disimpulkan bahwa "hipotesis diterima". Sehingga dengan adanya variabel moderasi yaitu variabel penggunaan SIA berbasis aplikasi android akan dapat memperkuat atau meningkatkan pengaruh variabel E-Commerce terhadap variabel Pengambilan Keputusan Berwirausaha.

5. Hasil Penelitian

a. Pengaruh E-commerce dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha

Berdasarkan tabel 12 diperoleh nilai thitung sebesar 3,759 > ttabel 2,024, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel E-Commerce(Y) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Berwirausaha(Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai 0,001 > 0,05 maka menunjukkan bahwa E-commerce berpengaruh terhadap berwirausaha. Kemudian koefisien regresi X sebesar 0,302 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai E-Commerce, maka nilai Keputusan Berwirausaha bertambah sebesar 0,302. Koefisien regresi tersebut bernilai positif. Berdasarkan nilai t: diketahui nilai thitung sebesar 3,759 > ttabel 2,024, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel E-Commerce(Y) berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Berwirausaha(Y).

b. Penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis android memoderasi dalam penggunaan E-commerce terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

Berdasarkan tabel 13 uji MRA persamaan 1 menunjukkan bahwa RSquare sebesar 0,271 atau 27,1% sehingga dapat dikatakan bahwa variabel E-Commerce (Y) berpengaruh terhadap variabel pengambilan keputusan (X1). Setelah adanya variabel moderasi yaitu variabel penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berbasis aplikasi android pada persamaan regresi kedua, nilai RSquare pada tabel 14 uji MRA persamaan 2 meningkat menjadi 0,386 atau 38,6%. Artinya dengan adanya variabel moderasi atau variabel penggunaan SIA berbasis aplikasi android akan dapat memperkuat atau meningkatkan pengaruh variabel E-Commerce terhadap variabel

Pengambilan Keputusan Berwirausaha. Sehingga Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Aplikasi Android berpengaruh positif dalam memoderasi hubungan antara E-Commerce terhadap keputusan berwirausaha.

6. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka simpulan yang dapat diambil mengenai pengaruh E-commerce dan Sistem Akuntansi sebagai variabel moderasi terhadap keputusan berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa/i IAIN Salatiga) adalah sebagai berikut:

- Adanya pengaruh positif E-Commerce terhadap keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Salatiga.
- Adanya pengaruh positif Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Aplikasi dalam memoderasi hubungan antara E-Commerce terhadap keputusan berwirausaha Mahasiswa IAIN Salatiga.

7. Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam populasi dan jumlah sampel yang digunakan. Selain itu variabel yang digunakan kurang mempresentasikan hasil penelitian secara lebih luas. Saran yang dapat diberikan adalah penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi calon wirausahawan untuk mempertimbangkan penggunaan teknologi Sistem Informasi Akuntansi berbasis android. Calon wirausahawan perlu terus meningkatkan pengetahuan mengenai teknologi informasi yang digunakan sesuai dengan kebutuhan serta mengikuti perkembangan teknologi, salah satunya aplikasi dengan sistem operasi android. Selain itu, pemilihan E-Commerce yang tepat dapat memudahkan calon wirausahawan supaya lebih mantap dalam menentukan *Marketplace* yang akan digunakan. Penelitian selanjutnya disarankan agar memperluas sampel dan menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan untuk berwirausaha diluar variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, I. M. A., & Prianthara, I. B. T. (2018). Pengaruh Bisnis E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi Terhadap Kebutuhan Jasa Audit E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*
- Dewi, N., Rupa, I. W., & ... (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) DPK Perbarindo Bali Timur. *Jurnal Riset Akuntansi*
- Hakim, F. N., & Z, A. S. (2016). *Keputusan Untuk Berwirausaha*.
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh sikap mandiri, motivasi, pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha (Studi kasus pada mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan. *Asian Journal of Innovation and Enterpreneuership*
- Margareta, I. P., & Setiawati, M. E. (2019). Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha (Studi Kasus pada Perguruan Tinggi *Eprints.Ums.Ac.Id*.
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*.
- Pradana, M. (2017). *Klasifikasi bisnis e-commerce di Indonesia*. ojs.uajy.ac.id.
- Pramiswari, D. A. A. dan I. B. D. (2017). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi*, 2017(1), 261–289.
- Ratnaningsih, K., & Suaryana, I. (2014). Pengaruh Kecanggihan Teknologi Informasi, Partisipasi Manajemen, Dan Pengetahuan Manajer Akuntansi Pada Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi*, 6(1), 1–16. <https://ocs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/7775>
- Sihombing, M. J. dan H. S. (2021). *BERWIRAUSAHA Michael Jonatan Sihombing dan Hari Sulistyio Diterima : Abstrak Direvisi : Disetujui : Pengaruh e-commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi 2021 terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Pendahuluan Michael Jonatan Sihombing dan Har*. 1(April), 309–321.
- Trihudyatmanto, M. (2019). Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Pengaruh Faktor E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Gender. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), 93–103. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.678>
- Ukkas, M. I. (2017). Implementasi skala likert pada metode perbandingan eksponensial untuk menentukan pilihan asuransi. *SESINDO* 9.
- Wahyuni, E. T., & Diana, N. (2020). E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Faktor Pendorong Pengambilan Keputusan Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha. *E-Jra*, 09(03), 93–115.
- Wulandari, Maslichah, & Sudaryanti, D. (2020). Pengaruh E-commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Pengambilan Keputusan dalam Berwirausaha di Sanggam Mart Kabupaten Balangan. *E-Jra*, 09(02), 47–57.
- Wulandari, W., Maslichah, M., & ... (2020). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Pengambilan Keputusan Dalam Berwirausaha Di Sanggam. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*.
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh e-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64. <https://doi.org/10.29207/resti.v1i1.6>
- Ratnaningsih & Suaryana, 2014. Pengaruh Kecanggihan Tehknologi Informasi, Partisipasi Manajemen, dan Pengetahuan Manajer Akuntansi pada Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi UNiversitas Udayana* 6.1 (2014) 1-16.