



Pengaruh Pemahaman *E-Commerce*, Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha

Gede Tito Mahatma Agusta^{1*}, I Ketut Yadnyana²

^{1,2} Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

Korespondensi penulis : gedetito371@gmail.com

Abstract. *Entrepreneurship focuses on the values, skills, and behaviors required for individuals to navigate life's challenges and seize opportunities despite potential risks. Several key factors influence students' interest in becoming entrepreneurs, including their understanding of e-commerce, familiarity with accounting information systems, and entrepreneurial motivation. This research aims to provide empirical evidence on how these three aspects affect students' interest in entrepreneurship. The study was conducted at the Faculty of Economics and Business, Udayana University, targeting undergraduate accounting students from the 2021 and 2022 cohorts. A total of 234 participants were selected through a simple random sampling technique. The data were analyzed using multiple linear regression. The findings reveal that all three variables—e-commerce knowledge, accounting information systems understanding, and entrepreneurial motivation—have a significant positive influence on students' entrepreneurial interest, consistent with the Theory of Planned Behavior (TPB). These findings may serve as a strategic reference for the university to cultivate entrepreneurial spirit, boost students' interest in starting businesses, reduce unemployment among graduates, and encourage self-sufficiency among future alumni.*

Keywords: *Entrepreneurship, Motivation, E-commerce*

Abstrak. Kewirausahaan merupakan bidang studi yang menekankan pada nilai-nilai, kemampuan, dan perilaku individu dalam menghadapi berbagai tantangan hidup demi menangkap peluang, meskipun berisiko. Minat mahasiswa untuk terjun ke dunia usaha dipengaruhi oleh sejumlah faktor, antara lain tingkat pemahaman terhadap e-commerce, sistem informasi akuntansi, serta dorongan atau motivasi berwirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. Lokasi penelitian berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, dengan objek mahasiswa Program Studi Akuntansi angkatan 2021 dan 2022. Sebanyak 234 responden dipilih melalui teknik *simple random sampling*. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel—pemahaman e-commerce, sistem informasi akuntansi, dan motivasi berwirausaha—memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha, yang sejalan dengan konsep *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Hasil ini diharapkan menjadi acuan strategis bagi pihak kampus dalam membentuk semangat kewirausahaan, mendorong minat mahasiswa untuk membuka usaha, serta turut mengurangi angka pengangguran lulusan sarjana dan mencetak generasi yang lebih mandiri di masa depan.

Kata kunci: Kewirausahaan, Motivasi, *E-commerce*

1. PENDAHULUAN

Kewirausahaan memainkan peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran. Namun, rendahnya tingkat kewirausahaan di Indonesia masih menjadi persoalan. Banyak masyarakat, termasuk lulusan perguruan tinggi, lebih memilih menjadi pencari kerja daripada pencipta lapangan kerja. Oleh karena itu, menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa menjadi hal yang krusial guna mewujudkan generasi muda yang mandiri secara ekonomi.

Data dari BPS menunjukkan bahwa rasio wirausaha Indonesia masih berada di angka 3,35% pada tahun 2024, lebih rendah dari target pemerintah sebesar 4%. Dibandingkan dengan

negara tetangga seperti Singapura (8,5%), angka tersebut masih cukup tertinggal. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Padahal, mereka memiliki potensi besar untuk mengembangkan usaha, terutama dengan dukungan teknologi digital yang berkembang pesat.

Pemanfaatan e-commerce sebagai bagian dari transformasi digital memberikan peluang besar bagi mahasiswa untuk memulai bisnis. E-commerce memudahkan proses pemasaran, transaksi, dan distribusi produk secara efisien, tanpa membutuhkan modal besar. Mahasiswa yang memiliki pemahaman mendalam tentang e-commerce cenderung lebih siap dan percaya diri untuk berwirausaha karena dapat memanfaatkan teknologi sebagai alat bantu utama.

Selain e-commerce, pemahaman terhadap sistem informasi akuntansi (SIA) juga penting. Dengan SIA, mahasiswa dapat mengelola keuangan usaha secara lebih sistematis dan akurat. Hal ini sangat membantu dalam pengambilan keputusan bisnis dan mencegah terjadinya kesalahan pencatatan. Beberapa penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara pemahaman SIA dan minat berwirausaha, meskipun ada juga hasil yang menunjukkan sebaliknya, yang menunjukkan perlunya kajian lebih lanjut.

Motivasi berwirausaha menjadi faktor psikologis penting yang mendorong seseorang untuk terjun ke dunia bisnis. Baik motivasi internal (dorongan pribadi) maupun eksternal (lingkungan) dapat memengaruhi minat mahasiswa untuk memulai usaha. Namun, hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha masih belum konsisten. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memperkuat temuan-temuan sebelumnya.

Penelitian ini dilakukan di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, yang secara aktif mendorong mahasiswanya untuk berwirausaha melalui berbagai program, organisasi, dan kurikulum. Berdasarkan data Badan Semi Otonom Wirausaha Muda (WIDA), jumlah mahasiswa akuntansi yang berwirausaha masih tergolong rendah. Data selengkapnya disajikan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Persentase Mahasiswa Berwirausaha Program Studi S1 Akuntansi FEB Unud

No	Angkatan	Jumlah Mahasiswa Berwirausaha	Persentase (%)
1	2021	8	16,66%
2	2022	19	39,58%
3	2023	13	27,08%
4	2024	8	16,66%
Total		48 Mahasiswa	100%

Sumber: Database WIDA FEB UNUD, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa meskipun ada peningkatan pada angkatan 2022, secara umum minat mahasiswa untuk berwirausaha masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemahaman e-commerce, pemahaman sistem informasi akuntansi, dan motivasi berwirausaha terhadap minat mahasiswa berwirausaha, yang didukung oleh kerangka teori *Theory of Planned Behavior*.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis melalui analisis data numerik. Lokasi penelitian berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, dengan populasi berupa mahasiswa aktif Program Studi Sarjana Akuntansi angkatan 2021 dan 2022. Fokus penelitian ini adalah minat mahasiswa untuk berwirausaha yang dipengaruhi oleh tiga variabel independen, yaitu pemahaman E-Commerce, pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (SIA), dan motivasi berwirausaha, yang diukur menggunakan indikator dari penelitian terdahulu.

Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan metode *simple random sampling* sebanyak 234 responden, berdasarkan perhitungan rumus Slovin dari total populasi sebanyak 564 mahasiswa. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan skala Likert empat poin. Sebelum digunakan, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya dengan bantuan perangkat lunak SPSS untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan layak dan konsisten.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS, serta diawali dengan pengujian asumsi klasik seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan kelayakan model. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi data variabel penelitian. Desain ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi serta mengukur pengaruh masing-masing variabel independen terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha secara kuantitatif dan sistematis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Tabel 2. Data Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Total kuesioner yang disebar	234
Kuesioner yang tidak dikembalikan	0
Kuesioner yang dikembalikan	234
Kuesioner yang tidak dapat digunakan	0
Kuesioner yang digunakan dalam analisis	234
Tingkat pengembalian/ <i>Response Rate</i> :	100%
$\frac{\text{Kuesioner yang dikembalikan}}{\text{Kuesioner yang disebar}} \times 100\%$	
Tingkat Pengembalian yang digunakan/ <i>Usable Rate</i> :	100%
$\frac{\text{Kuesioner yang digunakan}}{\text{Kuesioner yang disebar}} \times 100\%$	

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Karakteristik Responden

Tabel 3. Karakteristik Responden

No	Keterangan	Klasifikasi	Jumlah	Persentase(%)
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	35	14,96%
		Perempuan	199	85,04%
		Total	234	100%
2	Angkatan	2021	142	60,68%
		2022	92	39,32%
		Total	234	100%
3	Berwirausaha	Ya	15	6,41%
		Tidak	219	93,59%
		Total	234	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel Penelitian	Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	Syarat Validasi	Keterangan
Minat Mahasiswa Berwirausaha (Y)	Y1	0,482	0,300	Valid
	Y2	0,744	0,300	Valid
	Y3	0,749	0,300	Valid
	Y4	0,773	0,300	Valid
	Y5	0,721	0,300	Valid
Pemahaman E-Commerce (X ₁)	X1.1	0,620	0,300	Valid
	X1.2	0,630	0,300	Valid
	X1.3	0,719	0,300	Valid
	X1.4	0,721	0,300	Valid

	X1.5	0,741	0,300	Valid
Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X ₂)	X2.1	0,695	0,300	Valid
	X2.2	0,826	0,300	Valid
	X2.3	0,671	0,300	Valid
	X2.4	0,684	0,300	Valid
	X2.5	0,860	0,300	Valid
Motivasi Berwirausaha (X ₃)	X3.1	0,341	0,300	Valid
	X3.2	0,557	0,300	Valid
	X3.3	0,448	0,300	Valid
	X3.4	0,538	0,300	Valid
	X3.5	0,787	0,300	Valid
	X3.6	0,654	0,300	Valid
	X3.7	0,554	0,300	Valid
	X3.8	0,412	0,300	Valid
	X3.9	0,697	0,300	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2025 (Lampiran 3)

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan dari masing-masing variabel Minat Mahasiswa Berwirausaha (Y), Pemahaman *E-Commerce* (X₁), Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X₂) dan Motivasi Berwirausaha (X₃) pada kuesioner memiliki nilai *Pearson Correlation* yang lebih besar dari 0,3 sehingga pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan dinyatakan valid atau telah memenuhi syarat validitas data.

2) Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	<i>Cronbach's Alpha</i>	Syarat <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Minat Mahasiswa Berwirausaha (Y)	0,723	0,700	Reliabel
Pemahaman <i>E-Commerce</i> (X ₁)	0,715	0,700	Reliabel
Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X ₂)	0,799	0,700	Reliabel
Motivasi Berwirausaha (X ₃)	0,709	0,700	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2025 (Lampiran 4)

Pada Tabel 5 menyajikan nilai Cronbach's Alpha masing – masing variabel pada kuesioner. Minat Mahasiswa Berwirausaha (Y) sebesar 0,723, Pemahaman *E-Commerce* (X₁) sebesar 0,715, Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X₂) sebesar 0,799, dan Motivasi Berwirausaha (X₃) sebesar 0,709. Nilai Cronbach's Alpha yang dihasilkan lebih besar dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan sudah reliabel, karena kuesioner sudah valid dan reliabel maka kuesioner dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian lebih lanjut.

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 6. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Min.	Max.	Mean	Std. Deviation
Minat Mahasiswa Berwirausaha (Y)	234	10	20	15.09	1,763
Pemahaman E-Commerce (X ₁)	234	10	20	14.03	1,505
Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X ₂)	234	10	19	15.13	1,565
Motivasi Berwirausaha (X ₃)	234	25	36	30.48	2,129

Sumber: Data primer diolah, 2025 (Lampiran 5)

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa total sampel yang digunakan adalah 234 responden. Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu ditentukan kategori penilaian terendah dan tertinggi terhadap tanggapan responden. Pengkategorian ini didasarkan pada skor terendah yaitu 1 (sangat tidak setuju) dan skor tertinggi yaitu 4 (sangat setuju) dengan bantuan skala likert 4 poin. Penentuan kriteria penilaian responden terhadap variabel penelitian dapat ditentukan dengan interval sebagai berikut:

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 4

$$\text{Interval} = \frac{\text{Maksimum} - \text{Minimum}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Nilai Rata-rata 1,00 – 1,75 = Sangat Rendah

Nilai Rata-rata 1,76 – 2,51 = Rendah

Nilai Rata-rata 2,52 – 3,27 = Tinggi

Nilai Rata-rata 3,28 – 4,00 = Sangat Tinggi

Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan deskripsi masing masing variabel sebagai berikut:

1. Variabel Minat Mahasiswa Berwirausaha sebagai variabel Y diukur menggunakan lima item pertanyaan, memiliki nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimum sebesar 20 dengan nilai rata rata sebesar 15,09 dan nilai standar deviasi sebesar 1,763. Nilai rata-rata tersebut apabila dibagi dengan 5 item pernyataan diperoleh hasil sebesar 3,02. Semakin tinggi nilai rata-rata yang diperoleh menunjukkan semakin baik tanggapan responden terhadap item maupun variabel tersebut. Nilai rata-rata variabel Minat Mahasiswa Berwirausaha sebesar 3,02 berada pada kriteria tinggi yaitu pada rentang nilai 2,52 – 3,27 maka dapat dikatakan bahwa mahasiswa Prodi Sarjana Akuntansi FEB Unud sudah memiliki tingkat Minat Berwirausaha yang tinggi. Standar deviasi sebesar

1,763 menunjukkan bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata variabel, yaitu 15,09. Hal ini mengindikasikan adanya konsistensi dalam persepsi responden terhadap minat mereka untuk berwirausaha. Dengan kata lain, sebaran jawaban responden relatif merata dan tidak menunjukkan perbedaan yang ekstrem. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan yang serupa terhadap item-item yang mengukur minat berwirausaha, sehingga hasil ini mendukung kesimpulan bahwa mahasiswa Prodi Sarjana Akuntansi FEB Unud secara umum memiliki tingkat minat berwirausaha yang tinggi dan relatif konsisten.

2. Variabel Pemahaman *E-Commerce* sebagai variabel X_1 diukur menggunakan lima item pertanyaan, memiliki nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimum sebesar 20 dengan nilai rata-rata sebesar 14,03 dan nilai standar deviasi sebesar 1,505. Nilai rata-rata tersebut apabila dibagi dengan 5 item pernyataan diperoleh hasil sebesar 2,81. Semakin tinggi nilai rata-rata yang diperoleh menunjukkan semakin baik tanggapan responden terhadap item maupun variabel tersebut. Nilai rata-rata variabel Pemahaman *E-Commerce* sebesar 2,81 berada pada kriteria tinggi yaitu pada rentang nilai 2,52 – 3,27 maka dapat dikatakan bahwa mahasiswa Prodi Sarjana Akuntansi FEB Unud sudah memiliki tingkat Pemahaman *E-Commerce* yang tinggi. Nilai standar deviasi 1,505 lebih kecil dari nilai rata-rata total 14,03, yang mengindikasikan adanya konsistensi dalam tanggapan responden terhadap item-item pernyataan yang mengukur pemahaman *E-Commerce*. Sebaran jawaban tidak menunjukkan perbedaan ekstrem antar responden, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap pemahaman *E-Commerce* relatif seragam. Hal ini mendukung kesimpulan bahwa mahasiswa memiliki pemahaman yang cukup baik dan merata terhadap konsep dan penerapan *E-Commerce*.
3. Variabel Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi sebagai variabel X_2 diukur menggunakan lima item pertanyaan, memiliki nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimum sebesar 19 dengan nilai rata-rata sebesar 15,13 dan nilai standar deviasi sebesar 1,565. Nilai rata-rata tersebut apabila dibagi dengan 5 item pernyataan diperoleh hasil sebesar 3,03. Semakin tinggi nilai rata-rata yang diperoleh menunjukkan semakin baik tanggapan responden terhadap item maupun variabel tersebut. Nilai rata-rata variabel Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi sebesar 3,03 berada pada kriteria tinggi yaitu pada rentang nilai 2,52 – 3,27 maka dapat dikatakan bahwa mahasiswa Prodi Sarjana Akuntansi FEB Unud sudah memiliki tingkat Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi yang tinggi. Nilai standar deviasi sebesar 1,565 lebih kecil dari

nilai rata-rata total 15,13, yang mengindikasikan bahwa tanggapan responden terhadap item-item pernyataan relatif konsisten dan tidak bervariasi secara ekstrem. Sebaran jawaban yang merata ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi cukup seragam. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Prodi Sarjana Akuntansi FEB Unud memiliki pemahaman yang tinggi dan stabil terhadap Sistem Informasi Akuntansi.

4. Variabel Motivasi Berwirausaha sebagai variabel X_3 diukur menggunakan sembilan item pertanyaan, memiliki nilai minimum sebesar 25 dan nilai maksimum sebesar 36 dengan nilai rata-rata sebesar 30,48 dan nilai standar deviasi sebesar 2,129. Nilai rata-rata tersebut apabila dibagi dengan 9 item pernyataan diperoleh hasil sebesar 3,39. Semakin tinggi nilai rata-rata yang diperoleh menunjukkan semakin baik tanggapan responden terhadap item maupun variabel tersebut. Nilai rata-rata variabel Motivasi Berwirausaha sebesar 3,39 berada pada kriteria sangat tinggi yaitu pada rentang nilai 3,28 – 4,00 maka dapat dikatakan bahwa mahasiswa Prodi Sarjana Akuntansi FEB Unud sudah memiliki tingkat Motivasi Berwirausaha yang sangat tinggi. Nilai standar deviasi sebesar 2,129 lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata total 30,48, yang menandakan bahwa terdapat konsistensi dalam tanggapan responden terhadap item-item pernyataan yang mengukur Motivasi Berwirausaha. Sebaran data yang tidak ekstrem ini mengindikasikan bahwa persepsi mahasiswa relatif seragam dan stabil. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Prodi Sarjana Akuntansi FEB Unud memiliki tingkat Motivasi Berwirausaha yang sangat tinggi dengan tanggapan yang cukup konsisten di antara responden.

Uji Asumsi Klasik

- 1) Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

<i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	<i>Unstandardized Residual</i>
N	234
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200

Sumber: Data primer diolah, 2025 (Lampiran 6)

Berdasarkan data pada Tabel tersebut, hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang dihasilkan adalah sebesar 0,200. Nilai yang dihasilkan ini lebih besar dari signifikan 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data mengikuti sebaran normal, oleh karena itu asumsi normalitas telah terpenuhi.

2) Uji Multikolinieritas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Pemahaman <i>E-Commerce</i> (X_1)	0,990	1,010
Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X_2)	0,989	1,011
Motivasi Berwirausaha (X_3)	0,999	1,001

Sumber: Data primer diolah, 2025 (Lampiran 7)

Berdasarkan Tabel tersebut ditunjukkan bahwa tidak terdapat variabel bebas yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 dan juga tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikoleniaritas

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Pemahaman <i>E-Commerce</i> (X_1)	0,588	Bebas Heteroskedastisitas
Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X_2)	0,915	Bebas Heteroskedastisitas
Motivasi Berwirausaha (X_3)	0,499	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2025 (Lampiran 8)

Berdasarkan Tabel tersebut, ditunjukkan bahwa masing-masing variabel yaitu Pemahaman *E-Commerce* (0,588), Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (0,915), Motivasi Berwirausaha (0,499) memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 5% (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda**Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-10,218	1,622		-6,299	0,000
Pemahaman <i>E-Commerce</i> (X_1)	0,549	0,054	0,469	10,248	0,000
Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X_2)	0,456	0,052	0,405	8,847	0,000
Motivasi Berwirausaha (X_3)	0,351	0,038	0,424	9,311	0,000
<i>Adjusted R Square</i>	0,518				
F Hitung	84,310				
Signifikansi F	0,000				

Sumber: Data primer diolah, 2025 (Lampiran 9)

Berdasarkan Tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa analisis linier berganda Pemahaman *E-Commerce* (X_1), Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X_2) dan Motivasi Berwirausaha (X_3) pada variabel dependen yaitu Minat Mahasiswa Berwirausaha (Y), memperoleh hasil koefisien $\beta_0 = -10,218$, $\beta_1 = 0,549$, $\beta_2 = 0,456$, dan $\beta_3 = 0,351$. Berdasarkan hasil tersebut maka model regresi linier berganda nya adalah sebagai berikut:

$$Y = -10,218 + 0,549 X_1 + 0,456 X_2 + 0,351 X_3 \dots\dots\dots(2)$$

Model regresi linier berganda tersebut memiliki interpretasi sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar -10,218 menunjukkan apabila *E-Commerce* (X_1), Sistem Informasi Akuntansi (X_2), dan Motivasi Berwirausaha (X_3) bernilai sama dengan 0 (nol), maka Minat Mahasiswa Berwirausaha (Y) bernilai sebesar -10,218.
- 2) Nilai koefisien variabel Pemahaman *E-Commerce* (X_1) bernilai positif sebesar 0,549 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Apabila nilai Pemahaman *E-Commerce* meningkat satu satuan, maka Minat Mahasiswa Berwirausaha akan meningkat 0,549 dengan asumsi variabel lain konstan.
- 3) Nilai koefisien variabel Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X_2) bernilai positif sebesar 0,456 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Apabila nilai Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi meningkat satu satuan, maka Minat Mahasiswa Berwirausaha akan meningkat 0,456 dengan asumsi variabel lain konstan.
- 4) Nilai koefisien variabel Motivasi Berwirausaha (X_3) bernilai positif sebesar 0,351 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Apabila nilai Motivasi Berwirausaha meningkat satu satuan, maka Minat Mahasiswa Berwirausaha akan meningkat 0,351 dengan asumsi variabel lain konstan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi yang digunakan adalah nilai dari *Adjusted R²*. Dapat dilihat bahwa nilai dari *Adjusted R²* adalah sebesar 0,518 atau 51,8 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa Minat Mahasiswa Berwirausaha (Y) dapat dipengaruhi sebesar 51,8 persen oleh variabel Pemahaman *E-Commerce* (X_1), Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X_2) dan Motivasi Berwirausaha (X_3), sedangkan sisanya 48,2 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model atau Uji F digunakan untuk mengetahui kelayakan dari model regresi linear berganda sebagai alat analisis yang menguji pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel ANOVA. Apabila nilai signifikansi pada tabel ANOVA dengan program $\alpha \leq 0,05$, maka model dalam penelitian ini dikatakan layak diuji.

Berdasarkan data yang tercantum, maka dapat diketahui bahwa signifikansi uji F adalah sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menandakan bahwa variabel Pemahaman *E-Commerce* (X_1), Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X_2) dan Motivasi Berwirausaha (X_3) terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha (Y) sebagai variabel terikat secara simultan. Pernyataan tersebut memberikan makna bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini adalah layak uji.

Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk menguji signifikan masing-masing koefisien regresi sehingga diketahui apakah hubungan variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen adalah memang nyata (signifikan) atau hanya diperoleh secara kebetulan. Hasil uji t dapat dilihat dengan membandingkan tingkat signifikansi t hitung dengan $\alpha = 0,05$. Apabila signifikansi $t < 0,05$ maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian berpengaruh signifikan secara parsial, sebaliknya apabila $t > 0,05$ maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial. Berdasarkan data dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji hipotesis (uji t) adalah sebagai berikut.

1. Berdasarkan data dapat dilihat bahwa nilai tingkat signifikansinya t untuk variabel Pemahaman *E-Commerce* (X_1) adalah sebesar 0,000, atau $t = 0,000 < 0,05$, hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Pemahaman *E-Commerce* (X_1) terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha (Y).
2. Berdasarkan data dapat dilihat bahwa nilai tingkat signifikansinya t untuk variabel Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X_2) adalah sebesar 0,000 atau $t = 0,000 < 0,05$, hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X_2) terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha (Y).
3. Berdasarkan data dapat dilihat bahwa nilai tingkat signifikansinya t untuk variabel Motivasi Berwirausaha (X_3) adalah sebesar 0,000 atau $t = 0,000 < 0,05$, hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara Motivasi Berwirausaha (X_3) terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha (Y).

Pembahasan

Pengaruh Pemahaman E-Commerce (X1) terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis pertama dapat diterima, yakni terdapat hubungan positif antara pemahaman e-commerce dan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Koefisien regresi sebesar 0,549 mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemahaman mahasiswa terhadap e-commerce, maka semakin besar pula ketertarikan mereka dalam memulai usaha. Artinya, penggunaan e-commerce dianggap sebagai faktor yang dapat mendukung keputusan mahasiswa untuk terjun ke dunia bisnis.

Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memahami e-commerce merasa lebih siap menghadapi tantangan usaha karena teknologi ini menawarkan berbagai kemudahan, seperti efisiensi komunikasi dengan konsumen, penghematan biaya operasional, dan kemudahan akses informasi pasar. Hasil ini mendukung teori *Theory of Planned Behavior (TPB)*, yang menyatakan bahwa persepsi terhadap kemudahan suatu tindakan dapat memengaruhi niat untuk melakukannya. Kemudahan penggunaan teknologi e-commerce yang semakin luas diketahui mendorong mahasiswa untuk melihat peluang bisnis secara lebih optimis dan realistis.

Pengaruh Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi (X2) terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha (Y)

Analisis regresi menunjukkan bahwa hipotesis kedua juga diterima. Koefisien regresi sebesar 0,456 mencerminkan hubungan positif antara pemahaman sistem informasi akuntansi (SIA) dan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Dengan kata lain, mahasiswa yang memiliki pengetahuan memadai tentang SIA lebih cenderung tertarik untuk memulai bisnis mereka sendiri.

Hal ini disebabkan oleh peran SIA dalam membantu pengelolaan keuangan usaha secara lebih efektif dan terstruktur. Pengetahuan akuntansi memberi mahasiswa bekal dalam mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat dan menghindari kesalahan dalam pencatatan keuangan. Temuan ini kembali sejalan dengan *Theory of Planned Behavior (TPB)*, yang menggarisbawahi pentingnya persepsi kemudahan dalam membentuk niat perilaku. Jika mahasiswa merasa nyaman dan kompeten dalam menggunakan SIA, maka minat mereka untuk berwirausaha akan meningkat secara signifikan.

Pengaruh Motivasi Berwirausaha (X3) terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha (Y)

Hipotesis ketiga pun terbukti diterima dalam penelitian ini. Nilai koefisien regresi sebesar 0,351 menunjukkan adanya pengaruh positif antara motivasi berwirausaha dan minat mahasiswa dalam menjalankan bisnis. Artinya, semakin tinggi dorongan internal atau eksternal

yang dimiliki mahasiswa, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memilih jalur wirausaha.

Motivasi berperan sebagai pemicu tindakan—memberikan keberanian, keyakinan, serta komitmen dalam menghadapi tantangan usaha. Dalam konteks TPB, motivasi mencerminkan norma subjektif, yakni tekanan atau dukungan sosial yang mendorong seseorang untuk berperilaku sesuai harapan, termasuk untuk berwirausaha. Mahasiswa yang termotivasi umumnya lebih berani mengambil risiko dan lebih siap menghadapi ketidakpastian, sehingga dorongan tersebut menjadi faktor kunci dalam membentuk minat berwirausaha yang kuat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh melalui pengujian statistik dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pemahaman *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa S1 Program Studi Akuntansi Angkatan 2021 dan 2022. Hal ini menjelaskan semakin meningkatnya Pemahaman *E-Commerce* yang dimiliki, maka akan meningkatkan Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha.
2. Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa S1 Program Studi Akuntansi Angkatan 2021 dan 2022. Hal ini menjelaskan semakin meningkatnya Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi yang dimiliki, maka akan meningkatkan Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha.
3. Motivasi Berwirausaha berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa S1 Program Studi Akuntansi Angkatan 2021 dan 2022. Hal ini menjelaskan semakin meningkatnya Motivasi Berwirausaha yang dimiliki, maka akan meningkatkan Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, E. R., Lengkong, V., & Uhing, Y. (2020). Pengaruh sikap, motivasi, dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa FEB Unsrat (Studi kasus pada mahasiswa manajemen). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1), 596–605. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/28012>
- Ajmal, F., Yasin, M. N., & Norman, A. A. (2017). Critical success factors influencing e-commerce adoption in SMEs: A review and model. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 4(7), 159–172. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2017.07.023>

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Dalaien, B. O. A., & Dalayeen, B. O. A. (2018). Investigating the impact of accounting information system on the profitability of Jordanian banks. *Research Journal of Finance and Accounting*, 9(18), 110–118.
- Ardiansyah, N., Hermain, H., & Hasibuan, N. F. A. (2024). Pengaruh pemahaman e-commerce dan sistem informasi akuntansi terhadap minat untuk berwirausaha (Studi kasus pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 4(1), 102–113.
- 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). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 13(2), 229–239.
- Ariyanti, A. (2018). Pengaruh motivasi dan mental berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(2), 95. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i2.199>
- Basrowi. (2011). *Kewirausahaan untuk perguruan tinggi*. Alfabeta.
- Borhan, O., & Bader, O. (2018). The impact of the accounting information system on performance of Jordanian commercial banks. *International Journal for Research in Applied Science & Engineering Technology*, 6(18), 238–241.
- Candi, F. P., & Wiradinata, T. (2018). Pengaruh motivasi berwirausaha, pendidikan kewirausahaan, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha Universitas Ciputra. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3(3), 274.
- Delvisa, E., & Riswan. (2023). Pengaruh e-commerce, pengetahuan kewirausahaan dan sistem informasi akuntansi pada minat berwirausaha. *Jurnal EMT KITA*, 7(3), 630–636. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i3.1170>
- Dewanti, P. W., Purnama, I. A., Siregar, M. N., & Sukirno, S. (2020). Cheating intention of students based on theory of planned behavior. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 15(2), 268. <https://doi.org/10.24843/jiab.2020.v15.i02.p09>
- 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>
- Fikri, H., Samri, Y., & Nasution, J. (2023). Pengaruh e-commerce dan pemahaman sistem informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 7(1), 252–260. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.13329>

- Gajewska, T., Zimon, D., Kaczor, G., & Madzik, P. (2020). The impact of the level of customer satisfaction on the quality of e-commerce services. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(4), 666–684.
- Ganyam, A. I., & Ivungu, J. A. (2019). Effect of accounting information system on financial performance of firms: A review of literature. *IOSR Journal of Business and Management*, 21(5), 39–49. <https://doi.org/10.9790/487X2105073949>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Universitas Diponegoro.
- Ghunayanto, A., & Permatasari, D. (2024). Pengaruh sistem informasi akuntansi, e-commerce dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha dengan motivasi berwirausaha sebagai variabel moderasi (Survei mahasiswa akuntansi di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 6(1), 595.
- Gultom, E. (2021). Pengaruh e-commerce, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Studi pada mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2), 40–46.
- Hasibuan, A. R., & Saadah, N. (2022). Analisis pengaruh self efficacy, pengetahuan kewirausahaan dan sistem informasi akuntansi terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 7(1), 49–59.
- Hastuti, H. D., & Kurniawan, R. (2021). Penerapan teori planned behavior dalam mengukur minat berwirausaha: Literature review. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 345–358.
- Hutapea, S., Ginting, P. R. S., & Hasanah, U. (2023). Pengaruh e-commerce dan sistem informasi akuntansi terhadap minat mahasiswa berwirausaha pada program studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 17160–17166. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7273>
- Indriani, Y., & Widodo, A. W. (2023). Pengaruh sikap, norma subjektif dan perceived behavioral control terhadap niat berwirausaha. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 7(1), 112–122. <https://doi.org/10.30737/adv.v7i1.3772>
- Kasmir. (2015). *Kewirausahaan (Edisi Revisi)*. Prenadamedia Group.
- Kholiq, A., & Hidayat, R. R. (2022). Pengaruh motivasi berwirausaha, pengetahuan kewirausahaan dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 152–161. <https://doi.org/10.25139/jmk.v12i2.4555>
- Kusumajaya, D. K. H. (2022). Pengaruh e-commerce dan sistem informasi akuntansi terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(2), 205–214. <https://doi.org/10.32486/jap.v13i2.1112>

- Lestari, I. P., & Hermawan, A. (2023). Pengaruh literasi digital dan e-commerce terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 22(2), 88–98.
- Lilis, S., & Hartini. (2022). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 19(2), 142–150.
- Maulina, U. (2022). Pengaruh self-efficacy, pendidikan kewirausahaan dan sistem informasi akuntansi terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(10), 1–18.
- Maulita, D., & Nurhayati. (2023). Pengaruh sistem informasi akuntansi, e-commerce dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 35–42.
- Mulyadi, M., & Setiawan, D. (2020). Pengaruh e-commerce dan sistem informasi akuntansi terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 11(2), 355–370.
- Nugroho, A. R., & Darmawan, R. (2021). Pengaruh motivasi, pengetahuan kewirausahaan dan self-efficacy terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 70–82.
- Nurlatifah, E., & Febrian, D. (2022). Pengaruh sistem informasi akuntansi dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, 24(1), 55–63.
- Prawiro, S. (2023). *E-commerce dan sistem informasi akuntansi dalam dunia usaha modern*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Prayogo, R. (2022). Pengaruh sistem informasi akuntansi, e-commerce, dan literasi digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(2), 113–125.
- Putri, D. R., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh sistem informasi akuntansi, pengetahuan kewirausahaan dan e-commerce terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, 14(1), 42–50.
- Rahman, H., & Fitriani, E. (2023). Sistem informasi akuntansi dan minat berwirausaha: Studi pada mahasiswa. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah*, 18(2), 120–128.
- Riyanto, B. (2022). *Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan (Edisi ke-4)*. Yogyakarta: BPFE.
- Rosyidah, M., & Mustofa, A. (2023). Pengaruh e-commerce, sistem informasi akuntansi dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 4(2), 100–109.