

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Angka Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Indonesia berpedoman pada data yang dirilis resmi oleh BPS berada pada angka 8,42 juta penduduk di bulan Agustus tahun 2022. Angka tersebut, mengalami penurunan jika dikomparasikan dengan tahun 2021 yang jumlahnya adalah 680.000 penduduk dari posisi per Agustus di tahun 2021 yang hingga pada angka 9,1 juta. Sementara itu, tingkat pengangguran lulusan universitas berada pada angka 884.769 orang per Februari di tahun 2022. Hal ini maknanya sudah terdapat kenaikan sejumlah 36.112 orang jika dilihat pada Agustus 2021 yang jumlahnya adalah 846.657 orang. Mengacu pada BPS, dinyatakan bahwasannya penyebab banyaknya level pengangguran yang memiliki predikat sarjana disebabkan kemampuan atau skillnya tidak bersesuaian dengan kebutuhan kerja yang ada. Hal ini diperburuk dengan kondisi lapangan pekerjaan yang minim, dan juga ekspektasi *income* yang tinggi, serta harapan menempati posisi strategis dan bergengsi. Faktor tersebutlah yang menjadi pemicu pengangguran dengan status sarjana di Indonesia yang secara signifikan mengalami peningkatan (Shultoni dan Asy'Ari, 2023).

Isu ketenagakerjaan di Indonesia dimulai ketika kebanyakan cara berpikir mayoritas masyarakat yang utamanya adalah kalangan mahasiswa, yaitu setiap orang harus bekerja setelah menyelesaikan pendidikan. Dengan begitu, secara tidak langsung menyebabkan kondisi pengangguran terbuka, pengangguran terbuka ialah angkatan kerja yang tidak atau belum bekerja. Kondisi ini kerap kali menjadi isu dalam perekonomian sebab dengan terdapatnya pengangguran maka produktivitas serta pendapatan masyarakat menjadi berkurang dan akhirnya menjadi penyebab timbulnya berbagai masalah sosial yang lain (Sulistyo dan Sihombing, 2021). Guna menghindarkan peningkatan pengangguran, maka metode dalam mengatasinya ialah dengan berwirausaha. Berwirausaha merupakan suatu cara dalam kehidupan yang dipilih sebab sudah diyakini dengan berbagai fakta bahwasannya

berwirausaha memiliki peranan yang besar dalam rangka membuat taraf kehidupan individu, masyarakat, dan juga negara menjadi meningkat (Sulistyo dan Sihombing, 2021).

Sementara ini (Mei, 2023) jumlah rasio wirausaha di Indonesia sebesar 3,4% dari sebelumnya 3,1%. Rasio adalah perbedaan antara dua hal yang saling berhubungan dalam bentuk angka, digunakan untuk mengukur peringkat. Meskipun angka ini menggembirakan karena telah mencapai tingkat kemakmuran, tetapi apabila dalam hal ini dikomparasikan dengan negara lain yang masih berdekatan dengan Indonesia, maka jumlahnya masih kalah. Singapura ada di angka 8,76%, Malaysia 4,74%, dan Thailand 4,26%. AS dan juga Jepang sendiri sudah mengalami kenaikan yang amat signifikan dimana 10% dari warganya telah menggeluti bisnis. Dengan demikian, amatlah gamblang bahwasannya kewirausahaan punya signifikansi yang amat krusial dalam menaikkan harkat serta martabat dari suatu bangsa di kancah internasional (Sulistyo dan Sihombing, 2021).

Fenomena *entrepreneur* di generasi muda dalam beberapa tahun terakhir semakin terkenal. Ditambah lagi, dengan semakin banyaknya berbagai seminar yang memotivasi, buku literasi dan juga pemberitaan yang mengulas terkait kesuksesan aktor bisnis sehingga hal tersebut memotivasi generasi muda untuk juga menggeluti bisnis (Sulistyo dan Sihombing, 2021). Bisnis di kalangan mahasiswa kini sangat menjamur, selain menjadi mata kuliah pilihan di berbagai fakultas. Hal ini seakan sudah menjadi tren. Keberhasilan seorang wirausaha di dalam bisnis, tergantung pada kemampuan membuat keputusan untuk meningkatkan kemampuan bisnisnya pada masa yang akan datang.

Era digital membuat pemanfaatan teknologi semakin maju dari tahun ke tahun. Namun, di Indonesia sendiri hal ini belum dijalankan dengan optimal. Kemajuan teknologi sudah semestinya mampu dimanfaatkan untuk memulai bisnis dengan tujuan untuk menaikkan kualitas atau mutu hidup di masa depan. Namun, hal tersebut tidak mampu diwujudkan sebab minat masyarakat sendiri dapat dikatakan rendah dalam kategori pemanfaatan teknologi (Dekeng dan Budiarto, 2023).

Teknologi informasi telah menjadi kebutuhan utama yang amat krusial untuk pebisnis dalam rangka menunjang keberlangsungan bisnis. Hal ini, ditambahkan lagi dengan makin ketatnya persaingan bisnis di dunia bisnis itu sendiri (Shultoni dan Asy'Ari, 2023). Sebab itulah, amatlah krusial dalam memanfaatkan kategori aplikasi maupun informasi dalam rangka meningkatkan daya saing di dunia perbisnisan ialah *Electric Commerce (e-commerce)*. *E-commerce* dimanfaatkan oleh pebisnis dalam rangka membuat website di internet yang fungsinya adalah memasarkan produk yang ditawarkannya dan tidak membutuhkan biaya yang tinggi dalam rangka memperluas marketing bisnisnya sebab mampu memanfaatkan *platfrom* yang telah ada sebelumnya.

Perkembangan teknologi informasi sendiri di era milenial amat memberikan bantuan yang signifikan bagi calon wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya dalam bertransaksi. Keberadaan teknologi mampu memberikan kemudahan, bahkan mampu menawarkan akurasi atas informasi diiringi dengan kecepatan yang memadai. Dengan kemutakhirkan teknologi di era ini, para pebisnis memiliki tantangan atas ketatnya persaingan yang ada, tetapi jika seorang wirausaha tidak mampu bersaing, maka dapat dikatakan bisnisnya mengalami ancaman. Pendayagunaan teknologi ialah suatu solusi yang tepat dalam pengembangan usaha. Distribusi, penjualan, pembelian, marketing barang dan jasa ialah salah satu wujud teknologi informasi yang sedang berkembang saat ini dan bisa dimanfaatkan lewat jaringan komputer (*E-commerce*).

Pemanfaatan internet yang mengalami penyebaran di seluruh NKRI ini sudah semestinya dimanfaatkan oleh para calon pebisnis dalam rangka melakukan pengembangan usahanya sehingga mampu mencapai orientasi yang lebih meluas. Pemanfaatan dan pendayagunaan internet akan menjadikan proses bisnis secara daring mengalami perkembangan yang amat pesat. Bisnis online yang sering diperbincangkan di era ini adalah *E-commerce*. Dengan demikian, peneliti beranggapan bahwasannya *E-commerce* berdeteminasi kuat terhadap keputusan berwirausaha oleh mahasiswa. Kehadiran 2 aktivitas ini (*E-commerce* dan *Social media*) mengganti metode dalam berinteraksi proses jual beli yang sebelumnya hanya memanfaatkan metode tradisional menjadi serba daring, metode tradisional

mewajibkan penjual serta pembeli bertemu di tempat jual beli sebagaimana dalam hal ini disebutkan sebagai pasar atau marketplace dan penjual harus menjual produknya dengan langsung di depan konsumen, yang mana ini amat berkebalikan dengan metode penjualan online *e-commerce* yang mana membuat semakin mudahnya cara bertransaksi di mana pembeli hanya butuh untuk mengunjungi situs belanja online dengan memanfaatkan gawainya, dan inilah yang membuat pebisnis segera memanfaatkan *social media* untuk marketingnya.

Individu maupun masyarakat saat ini cenderung melakukan aktivitas online. Aktivitas online ini mampu menstimulus level pemanfaatan *social media* dengan frekuensi yang tinggi juga. Mengacu pada data sebagaimana dirilis oleh Hootsuite secara berkala (*We Are Social*) bahwaannya pada tahun 2021, pengguna internet di Indonesia sejumlah 202.6 juta orang atau 73.7% dari jumlah populasi di Indonesia sementara *user* aktifnya berada pada angka 61.8% dari jumlah penduduk Indonesia atau sebesar 170 juta penduduk (Riyanto, 2021). *Social media* mengakomodir kemudahan bagi siapapun untuk mampu menjalin interaksi di dunia maya dan saling bertukar gagasan serta ide tanpa pembatasan waktu dan juga tempat. Mengacu pada data sebagaimana diungkapkan oleh Tempo.co (2021) bahwasannya berbagai platform populer di Indonesia antara lain adalah FB, IG, Tiktok, X, Pinterest, dan lain sebagainya. Kelebihan *social media* bukan hanya bisa diakses dimanapun dan kapanpun, namun sejumlah *social media* juga tak memungut tanggungan biaya atau dengan kata lain gratis, yang demikian ini bisa diunduh oleh siapa saja hanya dengan bermodalkan kuota internet.

Banyaknya pemanfaatan *social media* oleh khalayak ini menstimulus pelaku bisnis dalam rangka mendayagunakan *social media* sebagai wadah dalam memasarkan jualannya secara daring. Hal ini dijalankan guna menaikkan level penjualan serta arus dan juga berkaitan dengan strategi yang signifikan dalam pemasaran yang tertata guna menaikkan pengembangan serta pertumbuhan dari bisnis. Mahasiswa yang merupakan penggerak perubahan ialah kelompok yang dapat dikatakan kelompok yang paling terdependensi dengan eksistensi internet jika dikomparasikan dengan segmen masyarakat yang lainnya (Mauliyda., dkk., 2021). Inilah yang akhirnya memicu mahasiswa dalam pemanfaatan *social media* yang

amat aktif sehingga tidak jarang mahasiswa yang mana merupakan user aktif *social media* menjadi sasaran empuk bagi para aktor usaha. Mahasiswa sendiri sadar bahwasannya peluang yang lahir dari eksistensi *social media* juga sangat besar sebab aksesnya tinggi dan tidak memungut biaya. Hal inilah yang menjadikannya yakin sebagai ladang bisnis

Dalam rangka mereduksi pengangguran, maka lembaga pendidikan didorong untuk melahirkan lulusan yang tak hanya punya orientasi sebagai *job seeker* saja namun menjadi para pencipta lapangan pekerjaan. Satu dari berbagai usaha yang dijalankan oleh lembaga pendidikan dalam rangka melahirkan lulusan tersebut ialah dengan menghadirkan matakuliah pilihan di perguruan tinggi. (Bharata, 2019) memberikan pernyataan bahwasannya seseorang mampu mendapatkan keterampilan dan juga wawasan dalam rangka membangun dan juga melahirkan bisnis baru lewat pendidikan kewirausahaan yang bersesuaian (Mariadi., dkk., 2021).

Pendidikan kewirausahaan ialah suatu peluang bagi para tenaga pendidik dalam rangka memberikan ilmunya, nilai, serta menanamkan jiwa usaha dalam rangka membuat minat wirausaha tumbuh. Minat dalam berwirausaha memiliki kecenderungan dalam menstimulus mahasiswa dalam menjalankan bisnisnya sendiri, yang mana ini bisa berpotensi melahirkan generasi yang bebas secara finansial dan memiliki kemandirian. Dengan adanya minat mahasiswa untuk berwirausaha, keputusan untuk berwirausaha bagi mahasiswa juga akan semakin meningkat.

Terdapat pula sistem informasi yang merupakan komponen penting pada suatu sistem yang terdapat pada perusahaan. Sistem informasi yang amat terkenal dalam hal ini adalah sistem informasi akuntansi (Mariadi., dkk., 2021). Melakukan processing data dengan metode manual tidak lagi relevan di saat ini, karena terdapat keterbukaan dan globalisasi yang mengharuskan segala sesuatu mampu terselesaikan dengan cepat dan juga akurat (Pravitasari dan Sari, 2022). Kesalahan dalam kaitannya pengelolaan data dengan cara manual telah tak lagi bisa dinetralisir sebab informasi sebagaimana yang dihasilkan mampu menimbulkan kekeliruan

dalam pengambilan keputusan. inilah yang menjadikan eksistensi sistem informasi akuntansi menjadi prioritas utama bagi suatu korporasi.

Sukses atau tidaknya wirausahawan dalam berbisnis amat terdependensi dari kapabilitasnya dalam membuat suatu keputusan dalam rangka meningkatkan daya bisnisnya di masa mendatang. Pengambilan keputusan ialah suatu proses dalam rangka memperoleh persetujuan anggota kelompok dari sejumlah tindakan sebagaimana dalam hal ini diharapkan guna mencapai misi atau tujuan suatu kelompok (Sulistyo dan Sihombing, 2021) Akan lebih baik bagi seorang pebisnis untuk memiliki pemahaman terkait sistem informasi akuntansi, sebab sistem informasi akuntansi memiliki guna untuk pemanfaatannya utamanya pengelolaan keuangan, yang mana ini akan berimbas pada efisiensi dan efektivitas dalam pengambilan keputusan sehingga dengan demikian membuat perusahaan memungkinkan mendapatkan benefit yang maksimal (Sulistyo dan Sihombing, 2021).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian (Yeni, 2022) yang berjudul “Pengaruh *E-Commerce*, *Social media*, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau” dan (Harti dan Jaya, 2021) yang berjudul “Pengetahuan Kewirausahaan dan Sikap Mandiri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya”. Perbedaan penelitian ini yaitu objek yang akan diteliti, sebelumnya menggunakan mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Muhammadiyah Riau dan Universitas Negeri Surabaya, penelitian ini menggunakan objek mahasiswa program studi akuntansi di Kota Madiun. Mengacu sebagaimana ulasan diatas, maka peneliti memiliki ketertarikan dalam mengetahui “Pengaruh *E-Commerce*, *Social media*, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keputusan Berwirausaha (studi kasus pada mahasiswa program studi akuntansi di kota madiun)”.

1.2. Perumusan Masalah

Mengacu pada hal yang melatarbelakangi diatas, sehingga bisa dibuat perumusan masalahnya, yang antara lain adalah sebagai berikut:

1. Apakah *E-commerce* akan berpengaruh positif terhadap keputusan untuk berwusaha pada mahasiswa program studi akuntansi di Kota Madiun?
2. Apakah *Social media* berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha pada mahasiswa program studi akuntansi di Kota Madiun?
3. Apakah Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha pada mahasiswa program studi akuntansi di Kota Madiun?
4. Apakah penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha pada mahasiswa program studi akuntansi di Kota Madiun?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh *E-commerce* terhadap keputusan berwirausaha pada mahasiswa program studi akuntansi di Kota Madiun.
2. Menguji pengaruh Sosial Media terhadap keputusan berwirausaha pada mahasiswa program studi akuntansi di Kota Madiun.
3. Menguji pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap keputusan berwirausaha pada mahasiswa program studi akuntansi di Kota Madiun.
4. Menguji pengaruh penggunaan Sistem Informasi Akuntansi pada keputusan berwirausaha pada mahasiswa program studi akuntansi di Kota Madiun.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini megandung harapan bahwasannya mampu memberi suatu kebermanfaatan kepada berbagai pihak sebagai berikut:

1. Manfaat Akademi:
 - a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan bagi para akademis mengenai konsep dan pengaruh *E-commerce*, *Social media*, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi.
 - b. Riset ini dapat digunakan sebagai suatu acuan untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya
2. Manfaat Praktis:
 - a. Hasil peneltian ini mampu memberi suatu kontribusi yang positif, sehingga dengan demikian mampu dimanfaatkan dalam rangka pengambilan keputusan yangberkenan dengan penerapan *E-commerce* dalam berwirausaha.
 - b. Hasil penelitian mampu memberi kebermanfaatan atas bahan untuk evaluasi bagi mahasiswa dalam mengambil keputusan berwirausaha.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistem penulisan dalam skripsi ini terdiri dari lima bab sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang penjelasan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematik penlisan skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang landasan teori yang digunakan, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dari penelitian, dan kerangka konseptual.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang desain penelitian, definisi operasional variabel serta pengukurannya, jenis dan sumber data, metode pengumpulan dan populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, analisis data.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang gambaran umum penelitian, hasil analisis, serta pembahasan.

BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran bagi penelitian.