

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Theory of Reaction Action (TRA)**

Theory Reaction Action pertama kali dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein, (1980). Teori ini menjelaskan niat perilaku konsumen akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam menentukan keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Tiga konstruksi pendukung untuk teori tindakan reaksi adalah niat perilaku, sikap, dan norma subjektif. Pendapat pribadi tentang setuju atau tidak setujunya aktivitas seseorang dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap tindakan tersebut. Norma subjektif didefinisikan sebagai pandangan yang sangat mempengaruhi apa yang orang lain yakini bahwa seseorang harus melakukannya. Berdasarkan perilaku, keadaan, dan karakteristik individu tertentu, sikap (pribadi) dan norma (sosial) mungkin sama pentingnya dalam meramalkan niat perilaku.

##### **2. Theory of Planned Behavior (TPB)**

Menurut Ajzen (1991), perilaku disebabkan oleh tujuan untuk berperilaku, menurut Bobek dan Richard (2003) Teori Tiga faktor keyakinan perilaku, pandangan tentang kemungkinan suatu perilaku terjadi, dan perilaku terencana digunakan untuk mendefinisikan perilaku yang direncanakan. Dengan kata lain, ini adalah penilaian seseorang terhadap hasil dari suatu perilaku dan keyakinan mereka pada hasil

tersebut (kekuatan keyakinan dan evaluasi hasil). Sikap terhadap perilaku positif dan negatif dipengaruhi oleh keyakinan perilaku. Keyakinan normatif adalah gagasan tentang harapan yang akan terwujud sebagai akibat dari pengaruh orang lain dan yang dimotivasi untuk diwujudkan. Atau menempatkan, persepsi harapan normatif yang dipegang oleh orang lain dan keinginan untuk memenuhi harapan tersebut (keyakinan normatif dan motivasi untuk mematuhi). Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa gagasan normatif berfungsi sebagai inspirasi atau motivasi bagi

### **3. Minat Berwirausaha**

Minat berwirausaha bermula dari keinginan untuk memilih atau mengidentifikasi alternatif yang paling menguntungkan di antara beberapa kemungkinan yang dimiliki. Setiap prosedur pengambilan keputusan menghasilkan keputusan akhir. Salah satu cara untuk melihat pengambilan keputusan adalah sebagai hasil atau produk sampingan dari proses mental atau kognitif yang mengarah pada keputusan di antara sejumlah alternatif yang layak (Syamsi, 2010).

#### **3.1 Tujuan Berwirausaha**

Tujuan berwirausaha menurut Firmansyah dan Roosmawarni (2020):

1. Berusaha untuk memperluas jumlah pengusaha sukses.
2. Mewujudkan kemampuan wirausahawan guna meningkatkan kesejahteraan.

3. Berkontribusi pada pertumbuhan dan promosi kesadaran dan orientasi kewirausahaan yang kuat.
4. Menyebarkan dan menciptakan budaya wirausahawan dengan ciri-ciri yang ada di lingkungan masyarakat.
5. Menciptakan momentum di lingkungan perusahaan atau wirausaha melalui inovasi dan kreativitas untuk meraih kesuksesan dan kemakmuran.

### 3.2 Karakteristik wirausaha

Wirausahaan adalah proses menghasilkan konsep bisnis yang segar dan inovatif. Melalui informasi, pengalaman, dan keterampilan yang diperoleh dari interaksi dengan lingkungan, kualitas kewirausahaan dapat diidentifikasi dan ditumbuhkan, memberikan wirausahawan kemampuan untuk mengelola usahanya.

Menurut Shalahuddin, Maulana dan Eriyani (2018), seorang wirausaha memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Bertakwa kepada Tuhan yang maha Esa
2. Bekerja keras
3. Disiplin
4. Karakteristik kepribadian
5. Bersikap jujur dan tanggung jawab

Sedangkan menurut Wigunadika (2021), seorang wirausaha memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Berani dan inovatif

2. Inovasi yang tinggi
3. Mempertimbangkan masa depan dalam jangka panjang.
4. Berjiwa ledership
5. Sikap optimis
6. Mampu menganalisis yang akurat
7. Hemat dan tidak banyak komsuntif

### 3.3 Ciri-ciri wirausaha

Menjadi seorang wirausaha tentunya bukan sesuatu yang mudah untuk dilakukan karena menjadi wirausaha membutuhkan pengetahuan dasar tentang kewirausahaan dan seorang wirausaha tersebut juga mempunyai cirri-ciri tersendiri. Agar nantinya dapat menjadi seorang wirausaha yang sukses. Menurut Sirod Hartoro (2005: 23-30), cirri-ciri manusia wirausaha adalah sebagai berikut:

1. Menurut orang yang bermoral lurus, memiliki kualitas-kualitas ini berarti:
  - 1) Manusia yang taat kepada tuhan
  - 2) Kembangkan kemandirian internal untuk menghindari gangguan terus-menerus.
  - 3) Kekhawatiran dan ketegangan di dalam jiwanya
  - 4) Rasa cinta untuk sesama manusia
  - 5) Mematuhi hukum dan menegakkan keadilan.
2. Memiliki sikap mental wirausaha dengan criteria sebagai berikut:
  - 1) Mempunyai semangat yang tinggi dan pantang menyerah

2) Keyakinan yang kuat harus didasari atas:

- Pengantar
- Kepercayaan diri
- Kesadaran tujuan dan persyaratan

3) Ketahanan fisik dan mental yang didasari oleh:

- Kesejahteraan jasmani dan rohani
- Kesabaran
- Ketabahan

4) Memiliki kemauan yang tinggi untuk bekerja keras

5) Pemikiran yang konstruktif dan kreatif

3. Sadar lingkungan. Ada empat persyaratan:

- 1) Gambaran tentang arti, sifat, dan manfaat lingkungan.
- 2) Menunjukkan rasa syukur atas segala sesuatu yang telah Anda peroleh dan miliki.
- 3) Motivasi yang kuat untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan sumber daya ekonomi lokal.
- 4) Kemampuan untuk menghargai dan memanfaatkan waktu secara efektif.

4. Seorang wirausaha harus memiliki keterampilan sebagai berikut:

- 1) Kemampuan berfikir kreatif
- 2) Kemampuan untuk membuat keputusan
- 3) Kemampuan kepemimpinan
- 4) Kemampuan pengawasan

5) Keterampilan sosial

### **3.4 Langkah-langkah berwirausaha**

Sebelum memulai sebuah usaha tentunya harus mempersiapkan beberapa hal agar nantinya saat mulai berwirausaha tidak mengalami kesulitan. Menurut Kasmir (2006:8), berikut langkah yang harus dilakukan dalam berwirausaha:

- 1) Memulai dengan keberanian
- 2) Berani mengambil resiko
- 3) Perhitungan yang tepat
- 4) Buat rencana yang ringkas.
- 5) Tidak mudah puas dan membutuhkan bantuan
- 6) Penuh keyakinan diri
- 7) Bertanggung jawab
- 8) Memiliki moral dan etika.

### **3.5 Faktor yang Mendorong Timbulnya Minat Berwirausaha**

Faktor-faktor yang mendorong minat berwirausaha dikelompokkan menjadi dua bagian:

#### **1. Faktor Intrinsik**

Faktor intrinsik adalah faktor yang berkembang sebagai akibat pengaruh rangsangan dari dalam diri seseorang, seperti:

#### **1) Adanya kebutuhan akan pendapatan**

Pendapatan harian seseorang adalah sejumlah uang atau produk yang mereka dapatkan.

## 2) Harga diri

Kebutuhan seseorang akan rasa hormat dan kekaguman meningkat seiring dengan harga diri. Melalui usaha yang berhasil, kewirausahaan dapat meningkatkan harga diri seseorang dan membantu seseorang agar tidak ketergantungan kepada orang lain.

## 3) Perasaan senang

Kondisi batin seseorang yang menentukan apakah mereka merasa senang atau tidak. Rasa senang diwujudkan dengan sebuah usaha yang dijalankannya mengungkan atau tidak.

## 2. Faktor Ekstrinsik

Faktor ekstrinsik adalah faktor yang berdampak pada orang sebagai akibat dari pengaruh dari luar. Di antara unsur-unsur ekstrinsik adalah:

### 1) Lingkungan keluarga

Merupakan kelompok sosial pertama yang dikenal. Anak-anak terlibat dengan orang dewasa sejak usia dini, jika keluarga atau orang dewasa memiliki pengaruh yang menguntungkan pada minat individu dalam berwirausaha maka keinginan ini akan berkembang karena pendapat anggota keluarga dapat berdampak langsung atau tidak langsung satu sama lain.

## 2) Lingkungan Masyarakat

Merupakan lingkungan luar rumah dan area lain di luar keluarga dianggap sebagai bagian dari lingkungan komunal. Tetangga, anggota keluarga, teman, kenalan, dan lain-lain merupakan contoh komunitas yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha.

## 3) Kesempatan untuk belajar ilmu pengetahuan

Peluang adalah kesempatan bagi seseorang untuk mengeksekusi strateginya. Tempat tinggal seseorang merupakan salah satu unsur yang dapat mendorong keinginannya untuk membuka usaha sendiri. Namun, bagi mereka yang mampu, memiliki keinginan yang kuat untuk berhasil, dan yang mampu memanfaatkan peluang ini, tujuan tersebut dapat dicapai.

### 3.6 Indikator Minat Berwirausaha

Menurut Purnomo dalam dalam Hendrawan (2017) mengklaim bahwa mentalitas seorang wirausahawan dapat tercermin dalam enam ciri dan ciri wirausaha, antara lain:

#### 1. Memiliki kemauan keras untuk mencapai sebuah tujuan

Memiliki rasa kemandirian, optimisme, dan individualisme yang kuat.

#### 2. Rasa percaya diri yang kuat

ketidak bergantungan terhadap orang lain, dan individualistis.

#### 3. Bersikap jujur dan tanggung jawab

Selalu bersikap jujur kepada semua orang

4. Ketahanan fisik, ketabahan mental, kegigihan tujuan, dan ketekunan  
Kemampuan beradaptasi dengan orang lain, sikap kepemimpinan,  
dan keterbukaan terhadap kritik dan saran dari orang lain.

5. Keorisinilan

Pemikiran yang kreatif, inovatif, kreatif dan fleksibel

6. Berorientasi masa depan, dan berani mengambil resiko

Memiliki pandangan dan visi untuk masa depan.

#### **4. Kualitas Informasi E-commerce**

Electronic commerce (e-commerce) adalah istilah yang mengacu pada pertukaran produk, layanan, dan informasi melalui jaringan informasi, seperti internet, serta tindakan jual beli barang secara online (Suyanto, 2003). E-commerce adalah praktik pembelian yang dilakukan oleh pembeli dan penjual melalui internet menggunakan komputer sebagai perantara (Laudon dan Laudon, 1998).

Kualitas informasi E-commerce (quality of information) dipengaruhi oleh Tiga faktor yang sangat penting, dimulai dengan relevansi, akurasi, dan ketepatan waktu, mempengaruhi kualitas informasi yang digunakan dalam e-commerce. Relevansi (relevancy) adalah ciri informasi yang ditampilkan dalam suatu gambar yang menunjukkan apakah informasi tersebut relevan bagi pengguna. Karena bebas dari kesalahan dan membantu memperjelas apa yang dimaksud, materi tersebut

diberi anotasi untuk menunjukkan bahwa materi tersebut akurat dan tidak menyesatkan.

#### **4.1 Keuntungan penggunaan e-commerce**

Menurut Humadiana dan Indriyani (2006:350) beberapa keuntungan dengan menggunakan *e-commerce* dalam mendukung peluang bisnis, antara lain:

1. Memperluas sumber pendapatan.
2. Memperluas jangkauan pasar.
3. Meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan ketepatan waktu.
4. Mengurangi umur produk.
5. Meningkatkan manajemen pasokan untuk menyederhanakan operasi bisnis.
6. Memperluas jangkauan ke semua area.
7. Meningkatkan hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dengan mengirim email kepada mereka untuk meminta pendapat dan pemikiran mereka.
8. Memperkuat rantai nilai dengan menambahkan bisnis fungsional.

#### **4.2 Kelebihan E-commerce**

Kelebihan memakai E-commerce sebagai pelaku bisnis yaitu menaruh kegiatan jual beli. Dengan menggunakan jaringan internet proses penjualan berjalan dengan cukup luas, bahkan sampai ke nasional maupun internasional. E-commerce dapat dilakukan dimana saja dengan jarak jauh tanpa perlu hadir secara fisik. Proses

pembayarannya dilakukan secara elektronik, proses pembayaran dilakukan dengan cepat (Rerung, 2018).

Konsumen mengklaim bahwa e-commerce menyediakan biaya transaksi yang cepat tanpa mengikuti prosedur yang kaku. Pembeli hanya perlu mengakses website perusahaan di internet untuk menyelesaikan proses ini, setelah itu mereka mengikuti syarat dan ketentuan jual beli. Karena e-commerce memungkinkan konsumen untuk berbelanja online, yang dapat diakses sepanjang waktu, 365 hari setahun, tanpa harus membayar transportasi ke toko. Pelanggan dapat melihat berbagai produk berkualitas tinggi sesuai dengan harga yang diminta (Suwartini dan Sumiyati, 2019).

#### **4.3 Kekurangan E-commerce**

E-commerce juga memiliki kelemahan, seperti pencurian data penting dan gangguan yang mengakibatkan pengungkapan informasi pribadi kepada orang yang tidak berwenang, yang dapat menyebabkan kerugian yang sangat besar. E-commerce dapat menumbuhkan individualisme karena pembeli tidak perlu bepergian atau berinteraksi secara langsung (Rerung, 2018).

Karena pelanggan tidak dapat melihat produk yang mereka beli secara langsung, kualitas produk tidak dapat dijamin. sehingga foto-foto di website internet bisa berbeda dari aslinya dan mengecewakan orang. Hal ini dapat mengakibatkan terjadinya

kecurangan baik kecurangan finansial maupun kecurangan yang dilakukan oleh pihak ketiga (Sugeng, 2020).

#### 4.4 Model E-commerce

Menurut Wijoyo, et al (2020), kegiatan bisnis e-commerce mencakup banyak hal, untuk membedakannya e-commerce dibagi menjadi empat tipe berdasarkan karakteristiknya, diantaranya:

##### 1. Business to Business (B2B)

Merupakan e-commerce yang terjadi antara bisnis, apakah mereka berada di industri yang sama atau tidak. Pada model B2B, pembayaran dilakukan berdasarkan kesepakatan sebelumnya menggunakan EDI (Electronic Data Incharge) dan email. B2B menyumbang lebih dari 80% dari semua penjualan online. Contohnya adalah Bizzy dan Ralali.

##### 2. Business to Consumer (B2C)

B2C merupakan jenis e-commerce yang melakukan penjualan menggunakan semacam e-commerce yang dikenal sebagai B2C. Konsumen membeli barang fisik (seperti buku atau barang konsumsi) atau barang informasi keduanya merupakan bentuk pembayaran yang dapat diterima (komoditas dari materi elektronik seperti ebook). Model e-commerce terbesar kedua adalah business-to-consumer. Keberhasilannya adalah hasil dari ketersediaan produk premium dengan biaya yang kompetitif, dan sebagian besar

datang dengan layanan pelanggan yang terhormat. Berrybenka dan Amazon adalah dua contoh bisnis B2C.

### 3. Consumer to Consumer (C2C)

Model C2C mencakup semua transaksi elektronik untuk produk dan layanan antar pelanggan. diselesaikan melalui pihak ketiga yang menawarkan platform internet transaksi. Contohnya adalah Tokopedia dan Shopee.

### 4. Consumer to Business (C2B)

C2B adalah semacam e-commerce di mana semua transaksi barang atau jasa dilakukan antara bisnis dan konsumen yang bertindak sebagai pelanggan. Memberikan layanan langsung ke bisnis dari pelaku individu dikenal sebagai C2B. Seperti desainer situs web yang menyediakan banyak opsi logo atau foto, seperti iStock.

## 4.5 Manfaat E-commerce

Manfaat bagi organisasi menurut Suyanto (2003:50) sebagai berikut:

1. Membuka pasar bagi konsumen baik dalam maupun luar negeri.
2. Menurunkan biaya yang terkait dengan pembuatan, pendistribusian, penyimpanan, dan pencarian informasi yang berbasis kertas.
3. Memfasilitasi tingkat overhead dan persediaan yang lebih rendah dengan merampingkan rantai pasokan dan manajemen gaya "tarik".
4. Akses informasi yang lebih cepat.

5. Mempersingkat jangka waktu antara belanja modal dan penyerahan barang dan jasa.

#### **4.6 Indikator Kualitas Informasi E-Commerce**

Menurut D. Stevanovic (2016) menyebutkan bahwa dimensi dan indikator dari e-commerce sebagai berikut:

- a. Ketepatan informasi
- b. Informasi yang up to date/terbaru
- c. Informasi yang cukup
- d. Informasi yang handal
- e. Informasi yang berguna

#### **5. Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi**

Efektivitas berasal dari istilah efektif, yang merupakan pencapaian tujuan yang tepat melalui pemilihan tindakan yang tepat. Cara teknologi sistem informasi digunakan untuk identifikasi data, akses, dan interpretasi dalam perusahaan dapat menunjukkan seberapa baik digunakan atau diimplementasikan (Jumaili, 2005).

Sistem informasi akuntansi (SIA) adalah jaringan prosedur terkait, formulir, dokumen, dan alat yang digunakan untuk mengubah data keuangan menjadi bentuk laporan. Untuk mengawasi kegiatan usahanya, manajemen menggunakan format laporan. SIA adalah sistem terintegrasi dari proses bisnis yang terhubung dan konsisten (Marina, et al. 2017).

Sebuah keadaan yang sedang berjalan dan mendapatkan sebuah solusi apa Didalam sebuah organisasi dalam perusahaan, sistem informasi

sangat membantu bagi pengambil keputusan dalam organisasi perusahaan karena mereka memberi mereka saran terbaik tentang cara untuk melanjutkan. Akibatnya, integritas informasi harus terjamin, dan data harus tertata dan relevan (Lestari dan Amri, 2020).

### 5.1 Peran Sistem Informasi Akuntansi

Akuntansi mengelola semua aktivitas transaksional perusahaan. Tujuannya adalah untuk menyampaikan data yang diperlukan untuk pemrosesan informasi pengambilan keputusan. output yang diperlukan, misalnya laporan keuangan sistem transaksi. Tetapi beberapa bisnis diperoleh dari pihak ketiga, baik di dalam maupun di luar organisasi..

Konsumen utama sistem informasi adalah manajer bisnis, yang bertanggung jawab membuat rencana dan mengawasi operasi. Karyawan seperti insinyur dan akuntan adalah contoh pengguna output alternatif, seperti juga pihak eksternal seperti kreditur dan investor. Memanfaatkan administrasi database tunggal akan memungkinkan komunikasi cepat.

Menurut Zamzami, dkk (2021), sistem iformasi akuntansi terdiri dari tiga subsistem:

1. Sistem pemrosesan transaksi yang mendukung operasional bisnis sehari-hari.
2. Sistem pelaporan manajemen menyediakan informasi yang diperlukan untuk membuat pilihan seperti anggaran, laporan kinerja, dan laporan pertanggungjawaban, bersama dengan

berbagai laporan keuangan yang dibuat khusus untuk manajemen internal.

3. Selain data yang diperlukan untuk mengambil keputusan, seperti anggaran, laporan kinerja, dan laporan pertanggungjawaban, sistem pelaporan manajemen menawarkan berbagai laporan keuangan yang dirancang khusus untuk manajemen internal.

## **5.2 Manfaat Sistem Informasi Akuntansi**

Menurut Mardia, et al (2021), SIA yang baik memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Menyediakan dan menyampaikan informasi yang tepat dan akurat, serta melaksanakan kegiatan rantai nilai kunci secara efektif dan efisien.
2. Meningkatkan standar output sambil menurunkan harga.
3. Meningkatkan efektivitas operasional perusahaan di semua bidang, termasuk bagian keuangan.
4. Meningkatkan kapasitas untuk pengambilan keputusan.
5. Mendorong pertukaran pengetahuan yang lebih besar.

Dari kelebihan-kelebihan di atas, dapat disimpulkan bahwa sistem informasi sangat penting bagi sebuah bisnis. Kontrol memungkinkan organisasi untuk memproses data secara lebih efisien dengan memastikan bahwa semua persyaratan organisasi terpenuhi.

### **5.3 Komponen sistem informasi akuntansi**

Menurut Romney dan Steinbert (2011), sistem informasi terbagi menjadi enam bagian:

1. People (pengguna sistem).
2. Procedures and instruction (digunakan untuk mengumpulkan, memproses, dan menyimpan data).
3. Data (tentang perusahaan dan kegiatan usaha).
4. Software (untuk mengolah data)
5. Infrastruktur untuk teknologi informasi (terdiri dari jaringan komunikasi dan periferal komputer yang digunakan dalam SIA).
6. Metode keamanan dan pengendalian internal (yang menjaga data SIA).

### **5.4 Fungsi Sistem Informasi Akuntansi menurut Romney dan Steinbert (2011) adalah:**

1. Mengumpulkan dan menyimpan data mengenai tindakan organisasi, sumber daya yang terpengaruh oleh aktivitas, dan pihak-pihak yang terlibat dalam tindakan sehingga manajemen, karyawan, dan pihak luar dapat menilai apa yang terjadi.
2. Membuat informasi yang berguna dari data yang dapat dimanfaatkan manajemen untuk memutuskan bagaimana merencanakan, melaksanakan, dan memantau tindakan.

3. Menetapkan kontrol yang memadai untuk melindungi data organisasi, termasuk aset perusahaan, dan menjamin bahwa data dapat diandalkan, akurat, dan tersedia saat dibutuhkan.

### 5.5 Cara kerja Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Zamzami, dkk (2021), lima fungsi utama sistem informasi akuntansi yaitu:

#### 1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data terdiri dari memasukkan informasi transaksional pada formulir dan memverifikasi dan memeriksa informasi untuk memastikannya akurat dan lengkap. Data kuantitatif terlebih dahulu dihitung sebelum dicatat.

#### 2. Pemrosesan Data

Pemrosesan data terdiri atas proses perubahan input menjadi output. Langkah-langkahnya terdiri dari:

- 1) Urutkan data ke dalam kategori yang berbeda atau distribusikan sesuai dengan itu. yang telah ditentukan.
- 2) Mentransfer data ke file atau media yang berbeda.
- 3) Mengurutkan data sesuai dengan karakteristiknya.
- 4) Menyusun atau mengelompokkan transaksi terkait.
- 5) Menggabungkan atau menggabungkan dua atau lebih arsip data
- 6) Perhitungan yang tepat.
- 7) kondensasi data numerik.

8) Bandingkan data untuk mencari tren atau perbedaan.

### 3. Manajemen Data

Pengelolaan data dibagi menjadi tiga tahap, yaitu storage, update, dan retrieval. Penyimpanan adalah tindakan menempatkan data dalam database atau jenis perangkat penyimpanan lain yang disebut arsip. Data yang disimpan dan diperbarui akan dimodifikasi untuk mencerminkan kejadian terbaru saat kami masih memperbarui.

Kemudian data yang disimpan kemudian akan diakses dan dikumpulkan sekali lagi selama tahap kemunculan, di mana akan diproses sekali lagi untuk memberikan laporan. Ada hubungan langsung antara manajemen dan pemrosesan. Mengambil tahapan pengelompokan dan pengurutan data sebagai ilustrasi. Manajemen data adalah bagian dari pemrosesan data. Selain menghasilkan informasi yang menginformasikan kebijakan manajemen dalam hal informasi kegiatan dan informasi kebijakan manajemen, pengelolaan data juga akan mendukung hasil pengolahan data.

### 4. Pengendalian Data

Memiliki dua tujuan dasar yaitu:

- 1) Pemeliharaan dan jaminan semua properti perusahaan.
- 2) Verifikasi bahwa data yang dikumpulkan sudah benar, lengkap, dan cocok untuk diproses. Gunakan metode dan teknik yang dapat digunakan untuk menawarkan keamanan dan kontrol yang tepat.

## 5. Penghasil Informasi

Semua tujuan sistem, termasuk interpretasi, pelaporan, dan komunikasi informasi, dilayani oleh proses pembuatan informasi. Manajemen akan memanfaatkan temuan untuk merencanakan, mengawasi, dan melaksanakan operasi sehari-hari untuk bisnis.

### 5.6 Indikator Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Al Okaili, dkk (2005) indikator efektivitas sistem informasi akuntansi sebagai berikut:

- a. Pengurangan biaya organisasi
- b. Peningkatan produktivitas
- c. Dukungan pengambilan keputusan
- d. Keunggulan kompetitif
- e. Peningkatan pelayanan dan kepuasan pelanggan
- f. Kemudahan data exchange

## 6. Pengetahuan Kewirausahaan

Menurut Soekidjo (2002), menegaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan adalah hasil yang terjadi setelah seseorang merasakan suatu objek tertentu. Menurut Dewi (2017), kewirausahaan adalah bidang keilmuan yang mengkaji tentang keyakinan, keterampilan, dan perilaku seseorang dalam mengatasi hambatan dalam hidup guna meraih potensi risiko.

Menurut definisi diatas kewirausahaan dan pengetahuan kewirausahaan, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan

mengacu pada kekayaan intelektual yang diperoleh seseorang melalui pendidikan kewirausahaan dan yang nantinya dapat digunakan untuk membantu seseorang dalam menerapkan suatu inovasi dan memasuki dunia kewirausahaan. Seperti halnya mahasiswa saat ini, minat berwirausaha dipicu oleh pengetahuan dan informasi tentang bidang tersebut. Namun, ada beberapa variabel yang menyebabkan menurunnya niat dan minat untuk memulai usaha, antara lain kurangnya dana dan takut kehilangan uang.

Perguruan tinggi memiliki pengaruh yang signifikan dalam mendorong minat mahasiswa untuk berwirausaha dengan mendistribusikan pengetahuan tentang bidang tersebut dan mengembangkan keinginan tersebut. Bahkan, beberapa perguruan tinggi dan universitas memiliki mata kuliah kewirausahaan dalam kurikulum mereka. Untuk membantu mereka memimpin dan memahami risiko memiliki kepercayaan diri untuk mengoperasikannya, siswa didorong dan dibimbing untuk mendirikan bisnis dengan bertindak secara langsung. Pengalaman dan pembelajaran berbasis pendidikan merupakan sumber keahlian kewirausahaan.

Pernyataan ini diperkuat oleh mustofa (2014) mendukung dengan mengatakan bahwa seseorang dengan pengetahuan kewirausahaan mampu menciptakan sesuatu yang baru melalui perilaku inventif dan pola berpikir kreatif, yang menghasilkan penciptaan kemungkinan atau ide yang dapat dimanfaatkan.

Berdasarkan Mustofa dalam Hendrawan (2017) indikator pengetahuan berwirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Mengambil resiko usaha
2. Menganalisis peluang usaha
3. Membuat rencana untuk memperbaiki masalah

**Tabel 2. 1.**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel Yang Digunakan	Hasil
1	Margareta, Indah Putri, and M. Erma Setiawati. <i>Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha (Studi Kasus pada Perguruan Tinggi Swasta di Wilayah Surakarta)</i> . Diss. Universitas Muhammadiyah surakarta, 2019.	<b>Variabel Y :</b> pengambilan keputusan dalam berwirausaha <b>Variabel X :</b> e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi	Penggunaan sistem informasi akuntansi dan e-commerce keduanya berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan kewirausahaan.
2	Sari, D. C. K., and S. C. Wibawa, <i>Jurnal IT-EDU</i> , Volume 2 Nomor 1 Tahun 2017 16-23	<b>Varibel Y :</b> minat berwirausaha <b>Varibel X :</b> e-commerce, proses penjualan	Hasil peneltian ini berpengaruh positif terhadap minat atau untuk berwirausaha.
3	Pramiswari, dan Dharmadiaksa, <i>E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana</i> , Vol.20.1. Juli (2017)	<b>Varibel Y :</b> Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha <b>Varibel X :</b> E-commerce dan Sistem Informasi Akuntansi	E-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi keduanya memiliki dampak positif pada pengambilan keputusan kewirausahaan.
4	Nawary Saragih, <i>JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (JMB)</i> ,V	<b>Varibel Y :</b> minat berwirausaha <b>Variabel X :</b> pengetahuan	Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat

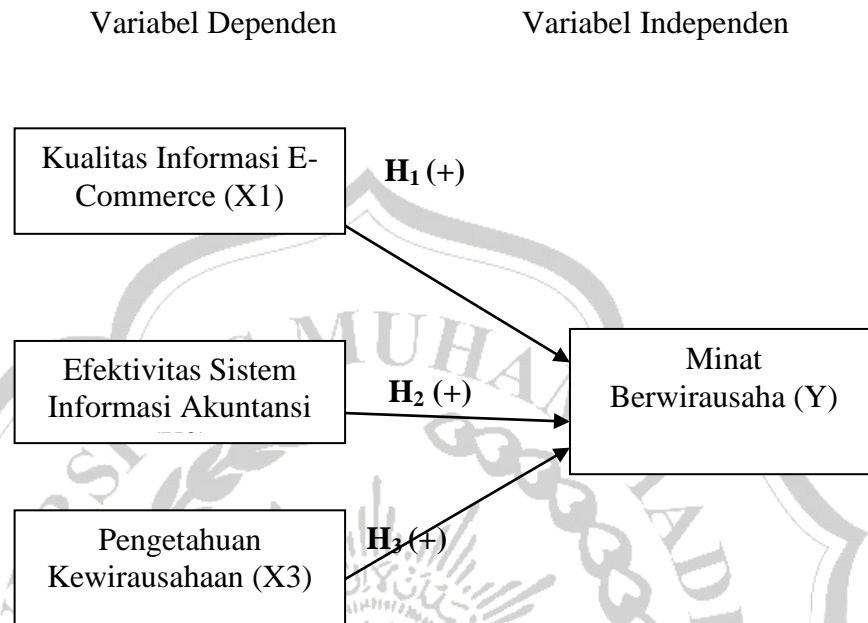
	olume 20 Nomor 2, September 2020	kewirausahaan	berwirausaha masiswa. Antusiasme mahasiswa dalam berwirausaha akan meningkat seiring dengan pemahaman mereka tentang hal tersebut.
5	Ninda Navitri, Doctoral dissertation, Universitas Bangka Belitung, 2019	<b>Variabel Y</b> : kinerja usaha menengah <b>Variabel X</b> : sistem informasi akuntansi dan <i>e-commerce</i>	Temuan menunjukkan bahwa e-commerce dan sistem informasi akuntansi, yang merupakan variabel independen, memiliki dampak yang menguntungkan dan signifikan terhadap kinerja perusahaan menengah.
6	Khoirun Nisa dan Indri Murniawaty, EAJ 9 (1) (2020) 84-99	<b>Variabel Y</b> : minat berwirausaha <b>Variabel X</b> : atribut personal, lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan	Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini berarti semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki oleh mahasiswa maka semakin tinggi juga minat dan keputusan untuk berwirausaha.
7	Trihudyatmanto, M, Jurnal PPKM, Vol. 6, No. 2, 93 – 103, 2019	<b>Variabel Y</b> : Minat Mahasiswa Berwirausaha <b>Variabel X</b> : e-commerce, pengetahuan kewirausahaan, gender	Hasil penelitian e-commerce dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha, sedangkan gender tidak berpengaruh positif.
8	Evita Tri Wahyuni, Nur Diana, <i>Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi</i> , Vol 9, No 03 (2020)	<b>Variabel Y</b> : keputusan berwirausaha <b>Variabel X</b> : E-commerce dan	Hasil menunjukkan bahwa e-commerce dan sistem informasi akuntansi, yang merupakan faktor

		Penggunaan SIA	independen, memiliki pengaruh positif pada pengambilan keputusan kewirausahaan.
9	Rosyida Rahma Izzati, <i>JURNAL AKSI (Akuntansi dan Sistem Informasi)</i> , 2020. 5 (1): 1-5	<b>Variabel Y :</b> minat perilaku <b>Variabel X :</b> sikap, norma subjektif, persepsi perilaku kendali, kemudahan penggunaan persepsi, penggunaan persepsi	Bahwa sikap positif terhadap sistem e-commerce telah meningkatkan minat menggunakan sistem.
10	Choirina Nurlaila dan Hadijah Fitriyah, <i>Indonesian Journal Of Law and Economics Review</i> , DOI: 10.21070/IJLER .2021.V11.700	<b>Variabel Y :</b> Berwirausaha <b>Variabel X :</b> E-commerce, penggunaan sistem informasi akuntansi, modal usaha	Perilaku penggunaan SIA yang semakin intensif meningkatkan kinerja individu dan ketidakpastian lingkungan yang dirasakan mendorong penggunaan SIA secara intensif dan masif sehingga mendorong kinerja peningkatan individu.
11	Veronika, K., Yohana, C., & Fidhyallah, N. F, <i>Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan</i> Volume 2 No . 1 (2021)	<b>Variabel Y :</b> Berwirausaha <b>Variabel X :</b> <b>Pengetahuan</b> Kewirausahaan, E-commerce	Hasil penelitian ini menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. E-Commerce berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha
12	Lovita, E., & Susanty, F, <i>Jurnal Akuntansi Dan Manajemen</i> , 18(02), 47 - 54.	<b>Variabel Y :</b> Berwirausaha <b>Variabel X :</b> E-commerce, Sistem Informasi Akuntansi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat kewirausahaan dipengaruhi secara positif oleh pengetahuan tentang sistem informasi akuntansi dan e-commerce. Memahami sistem informasi akuntansi dan e-commerce akan memberi mahasiswa

			lebih banyak pilihan untuk mengelola bisnis mereka dengan sukses.
13	Gultom, E. (2021), <i>Journal of Business and Economics Research (JBE)</i> , 2(2), 40-46.	<b>Variabel Y :</b> Berwirausaha <b>Variabel X :</b> E-commerce, Pengetahuan Kewirausahaan	Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa e-commerce dan pengetahuan kewirausahaan secara signifikan mempengaruhi minat berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan merupakan faktor yang paling berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa program S1 Manajemen STIE Riau untuk berwirausaha.
14	JU Alhasanah - Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 2014	<b>Variabel Y :</b> keputusan pembelian online <b>Variabel X :</b> kualitas informasi dan kualitas interaksi	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap pembelian online.

## B. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

### 1. Kerangka Pemikiran



**Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran**

### 2. Pengembangan Hipotesis

#### 2.1 Kualitas Informasi *E-Commerce* Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Berwirausaha

Pada dasarnya *e-commerce* merupakan hasil dari kemajuan teknologi informasi dan telekomunikasi yang telah memberikan dampak yang luar biasa terhadap bagaimana manusia berinteraksi dengan lingkungannya dan dalam hal ini perdagangan. (Mantri, 2007).

Menurut Margareta dan M. Erma (2019) dalam penelitian sebelumnya, *e-commerce* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha karena memudahkan mereka dalam menjalankan bisnisnya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari dan

Wibawa (2017) *e-commerce* berpengaruh positif sehingga memberikan kemudahan bagi penjualan dan mengetahui peningkatan perekonomian. Selain itu transaksi bisa dilakukan.

Menurut Pramiswari dan Margareta (2019) dalam penelitiannya juga disebutkan *e-commerce* berpengaruh positif dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Ninda Navitri (2019) *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Trihudiyatmo M (2019) juga menyebutkan dalam penelitiannya *e-commerce* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka ketika seseorang mempunyai pengetahuan tentang manfaat *e-commerce* dapat meningkatkan minat mereka untuk menjalankan usaha. Sehingga dapat kita rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Kualitas Informasi *E-commerce* berpengaruh positif terhadap minat untuk berwirausaha.

## **2.2 Efektifitas Sistem Informasi Akuntansi Berpengaruh Positif Terhadap Minat Untuk Berwirausaha**

Menurut Purwaji (2016), ada banyak sudut pandang yang mengklaim pengambilan keputusan perusahaan dapat dilakukan secara intuitif atau juga berdasarkan pengalaman sebelumnya. Namun, tidak

setiap pilihan yang dibuat secara alami akan menguntungkan pengusaha dengan cara terbaik. Agar wirausahawan dapat mengambil keputusan, gaya berpikir yang sistematis harus ditambahkan.

Menurut Margareta dan Erma (2019) sistem informasi akuntansi juga berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) sistem informasi berpengaruh positif. Ninda Navitri (2019) sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Menurut Evita Tri Wahyuni dan Nur Diana (2020), sistem informasi akuntansi secara simultan juga berpengaruh positif dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Margareta Indah Putri dan M. Erma Setiawati (2019), penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha.

H<sub>2</sub> : Efektifitas Sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap minat untuk berwirausaha.

### **2.3 Pengetahuan Kewirausahaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat untuk Berwirausaha**

Pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dengan tindakan inovatif dan pemikiran kreatif, dengan tujuan menciptakan kemungkinan atau ide yang dapat digunakan secara efektif untuk menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi. Siswa dimaksudkan untuk memperoleh pengetahuan tentang

kewirausahaan melalui proses pembelajaran, bahan ajar, dan sumber lainnya. Pengetahuan ini diharapkan memberikan pemahaman umum tentang kewirausahaan kepada siswa dan membekali mereka dengan sumber daya yang dapat mereka gunakan untuk merencanakan masa depan mereka.

Nawary Saragih (2020) mengatakan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Khoirun Nisa dan Indri Muniwarty (2020) pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif. Trihudyatmo M (2020) juga mengatakan pengetahuan kewirausahaan sangat berpengaruh positif dalam pengambilan keputusan berwirausaha.

H<sub>3</sub>: Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat untuk berwirausaha