

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) merupakan salah satu penggerak perekonomian di Indonesia. UMKM merupakan sebuah usaha produktif yang dikelola satu orang atau lebih sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk membantu perekonomian di Indonesia (Cahyani & Amna, 2022). UMKM sendiri memberi peranan yang cukup signifikan terhadap perkembangan perekonomian regional maupun nasional. Saat ini UMKM banyak dijalani oleh masyarakat Indonesia. Menurut data yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia, pada tahun 2019 sektor UMKM mendominasi di angka 99,9% sebagai bagian usaha di Indonesia dan mampu menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia. Di samping itu, UMKM juga memberikan kontribusinya terhadap produk domestik bruto sebanyak 60,34%, dan juga mempunyai potensi sebagai salah satu sumber penting pertumbuhan ekspor (Indrawan, 2019).

Atas perannya yang cukup besar terhadap perekonomian yang ada di Indonesia, maka Pemerintah Kabupaten Batang juga turut melakukan perkembangan terhadap UMKM yang ada di Kabupaten Batang. Penelitian dilakukan pada sektor usaha perdagangan UMKM di Kabupaten Batang, Jawa Tengah. Tempat ini dipilih karena UMKM yang ada di wilayah Batang masih tergolong UMKM sektor usaha berkembang, sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata terhadap usaha perdagangan dan juga diharapkan mampu memberikan solusi permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM di Kabupaten Batang. Seperti kurangnya pemahaman mengenai teknologi seperti sistem informasi akuntansi *e-commerce*, Masyarakat juga kurang mengembangkan sumber daya manusianya untuk berkreatifitas melakukan sebuah

inovasi atau perubahan. Dengan dukungan pemerintah, diharapkan UMKM di Kabupaten semakin maju dan dapat menambah lapangan pekerjaan supaya dapat mengurangi pengangguran di daerah tersebut. Pemerintah Kabupaten Batang juga menyadari bahwa keberadaan UMKM ini penting untuk perekonomian masyarakatnya. Sehingga pemerintah Kabupaten Batang melakukan banyak perencanaan kerja untuk perkembangan UMKM yang ada di seluruh Kabupaten Batang.

Menurut Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Jawa Tengah, Kabupaten Batang sendiri memiliki 896 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Hal tersebut tergolong cukup sedikit dibandingkan dengan kabupaten lainnya yang ada di Jawa Tengah. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian mengenai Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, *E-commerce* dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Batang. Penelitian tersebut digunakan untuk melihat kinerja UMKM di Kabupaten Batang yang masih sedikit dibandingkan dengan kabupaten lain di Jawa Tengah. Penelitian mengenai UMKM di Kabupaten Batang juga tergolong masih sedikit. Meskipun Kabupaten Batang memiliki jumlah UMKM yang tergolong sedikit dibandingkan dengan kabupaten lain di Jawa Tengah, hal tersebut menjadikan daya tarik tersendiri bagi peneliti karena masih sedikit penelitian yang dilakukan di Kabupaten Batang, sehingga menjadi peluang bagi peneliti untuk mencari tahu faktor yang menghambat pertumbuhan kinerja UMKM di Kabupaten Batang.

Kinerja merupakan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam mengevaluasi perusahaannya dalam kurun waktu tertentu (Silvia et al., 2022). Banyak faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM, salah satunya adalah teknologi. Dalam meningkatkan kinerja UMKM maka pelaku UMKM harus

memanfaatkan teknologi sebaik mungkin agar dapat bersaing dengan kompetitor lain. Perusahaan dengan kinerja yang baik pasti perusahaan yang mengikuti perkembangan yang ada pada era globalisasi dan kemajuan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat. Semakin meningkatnya perkembangan zaman ini, membuat para pengguna informasi khususnya pelaku UMKM membutuhkan kecepatan arus informasi dalam mengambil sebuah keputusan untuk meningkatkan kinerja. Sistem informasi akuntansi merupakan salah satu sistem informasi keuangan yang diperlukan pada saat ini guna mengembangkan UMKM agar dapat bersaing dengan UMKM lainnya yang ada di Indonesia. Kemajuan UMKM salah satunya dapat dicapai dengan meningkatkan kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Untuk meningkatkan kinerja UMKM, manajemen perlu meningkatkan kemampuan melihat dan memanfaatkan peluang, mengidentifikasi permasalahan serta memilih dan menerapkan penyesuaian yang tepat. Manajemen juga berkewajiban memelihara perusahaan dan mengendalikan perusahaan. Dalam mencapai tujuan tersebut, UMKM perlu memanfaatkan sistem informasi akuntansi yang ada dengan tepat. Sistem Informasi Akuntansi telah digunakan oleh berbagai sektor UMKM seperti perdagangan, pertanian, peternakan, kuliner, kerajinan tangan, dan sebagainya.

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) merupakan sekelompok sumber daya manusia yang bertugas untuk menyajikan informasi keuangan untuk memproses berbagai transaksi yang dilakukan (Farina & Opti, 2023). Sistem informasi akuntansi sangat diperlukan untuk pengambilan sebuah keputusan. Banyak Perusahaan kecil yang mengalami kegagalan karena kurangnya pemahaman mengenai sistem informasi akuntansi. Oleh karena itu, pentingnya perusahaan untuk memahami dengan baik sistem informasi akuntansi agar dapat

meningkatkan kinerjanya. Peran sistem informasi akuntansi yang andal bagi UMKM sudah tidak diragukan lagi dalam mendukung kemampuan unit bisnis dalam memenangkan persaingan bisnis. Pemanfaatan informasi akuntansi diharapkan mampu mendorong percepatan perputaran bisnis dan operasional, meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja setiap departemen. Informasi akuntansi khususnya yang berbasis komputer mampu menghasilkan laporan keuangan yang berkualitas. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 menyatakan bahwa kualitas laporan keuangan memiliki empat ciri antara lain laporan keuangan dapat dipahami, relevan, dapat diandalkan dan dapat diperbandingkan. Dengan kualitas laporan keuangan yang baik dapat dijadikan informasi terpadu untuk melayani kebutuhan perencanaan sumber daya seluruh departemen terkait, sistem diarahkan pada sistem informasi akuntansi. Keberhasilan suatu sistem erat kaitannya dengan kinerja yang dimiliki oleh suatu entitas atau organisasi. Selain sistem informasi akuntansi, inovasi produk juga juga sebagai salah satu indikator tercapainya kinerja perusahaan yang baik.

Sebuah perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya harus melakukan sebuah strategi yaitu dengan melakukan inovasi produk. Inovasi produk merupakan pembuatan produk baru dengan mengacu pada produk yang dijadikan referensi dengan konsep berbeda sehingga tidak melanggar hak cipta (Nizam, 2020). Ada banyak strategi yang bisa diterapkan, seperti menerima masukan dari pelanggan, mengamati kekurangan pesaing, menggabungkan produk yang sudah ada, atau menemukan produk yang belum ada di pasaran. Salah satu tujuan utama inovasi produk adalah untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkannya agar dunia usaha dapat terus bertahan di era persaingan produk yang sangat ketat. Produk dan solusi inovatif dengan harga terjangkau merupakan ciri khas produk

yang pasti disukai pelanggan. Pelaku UMKM harus lebih kreatif dalam melakukan sebuah inovasi produk tersebut agar dapat menarik banyak konsumen untuk membeli produk tersebut. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT pada QS. al-Ra'd ayat 11 yang berbunyi:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

“Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

Perubahan yang dimaksud dalam firman Allah tersebut bersifat general, termasuk perubahan atau inovasi produksi dan perubahan lingkungan bisnis dalam memproduksi komoditas yang berkualitas. Dengan adanya perubahan fisik atau bentuk dan kualitas produksi, diharapkan mampu mendorong kompetitif bisnis yang sehat dan baik. Apabila tingkat penjualan naik, maka kinerjanya juga akan ikut naik. Setelah melakukan inovasi produk, langkah selanjutnya yang perlu dilakukan oleh pelaku UMKM adalah bagaimana memasarkan produknya. Salah satu caranya adalah dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Di zaman sekarang ini sudah banyak disediakan berbagai situs *marketplace* atau yang biasa dikenal sebagai *e-commerce*.

E-commerce merupakan sebuah tempat untuk penjual dan pembeli yang melakukan transaksi melalui internet (Sedighi & Sirang, 2018). Berbagai metode pemasaran yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM salah satunya adalah dengan membuka *market* secara *online* pada *E-commerce*. Selain menjual secara *offline*, metode pemasaran secara *online* melalui *E-commerce* juga efektif untuk meningkatkan penjualan karena menjangkau wilayah yang lebih luas yang tentunya akan berdampak pada kinerja perusahaan. Dengan penjualan online tersebut akan lebih praktis bagi pembeli dalam melakukan transaksi. Di zaman sekarang ini, banyak konsumen lebih memilih berbelanja *online* karena berbagai faktor. Hal ini dapat menjadi peluang yang bagus bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerjanya. Namun, tidak semua pelaku UMKM mampu mengikuti perkembangan zaman. Apalagi beberapa pelaku UMKM bukan dari kalangan anak muda yang paham teknologi dan mengikuti perkembangan zaman. Oleh sebab itu, peran pemerintah disini sangat dibutuhkan untuk membantu para pelaku usaha memasarkan produknya agar lebih banyak jangkauan. Salah satu caranya adalah dengan melakukan sosialisasi ke beberapa daerah untuk mengenalkan *e-commerce* ke berbagai pelaku usaha.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang menjelaskan bahwa pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Kabupaten Batang belum terlalu maju dibandingkan dengan kabupaten lain. Jumlah UMKM di Kabupaten Batang belum mampu menyaingi kabupaten di sekitarnya. Agar UMKM di Kabupaten Batang mampu bersaing dengan kabupaten disekitarnya maka harus dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kinerjanya. Kinerja sendiri merupakan

salah satu faktor dalam menilai UMKM berkembang dengan baik atau tidak. Kinerja terdiri dari beberapa alat analisis yaitu sistem informasi akuntansi, inovasi produk dan *e-commerce*. Sistem informasi akuntansi akan berdampak pada informasi yang dimiliki UMKM sehingga nantinya berdampak pada kualitas informasi keuangan yang dimiliki. Faktor selanjutnya terdapat inovasi produk karena inovasi produk akan berdampak pada kualitas penjualan dan menarik minat konsumen. Faktor lainnya adalah *e-commerce* yang digunakan sebagai media pemasarannya juga berpengaruh terhadap tingkat penjualan yang akan mempengaruhi kinerja perusahaan yang dimiliki UMKM tersebut. Berdasarkan ringkasan latar belakang yang ada, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah SIA (Sistem Informasi Akuntansi) berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Batang?
2. Apakah Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Batang?
3. Apakah *E-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Batang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat pengaruh Sistem Informasi Akuntansi (SIA) terhadap kinerja UMKM di kabupaten batang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM di kabupaten batang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat pengaruh *E-commerce* terhadap kinerja UMKM dikabupaten batang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis.
 - a. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian baik secara teoritis maupun praktis dan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang diperoleh saat dibangku kuliah.
 - b. Bagi pembaca, untuk wawasan bacaan sekaligus bahan kajian lebih lanjut terutama bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
 - c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memotivasi dan membantu penelitian selanjutnya.
2. Manfaat praktis.
 - a. Bagi Perusahaan, sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM di kabupatn batang dalam menerapkan sistem informasi akuntansi (SIA), inovasi produk dan *e-commerce* agar diperoleh kinerja yang lebih baik.
 - b. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk melatih berfikir secara ilmiah dengan berdasar pada lingkup akuntansi dan menerapkannya pada data yang diperoleh dari obyek yang diteliti.
 - c. Bagi akademisi dan pembaca, dapat menambah wawasan perpustakaan dan tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya.