

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar Penelitian

2.1.1 Teori Sumber Daya (*Resources Based View*)

Teori ini menekankan pada sumber daya yang dapat memberikan keunggulan ekonomi yang lebih besar kepada pemilik, dengan ketersediaan sumber daya yang bersifat tetap maupun terbatas. Teori ini menjelaskan metode yang digunakan oleh pelaku usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka dengan sumber daya yang tersedia. Modal dapat menjadi sebuah kekuatan atau kelemahan usaha tergantung dari cara pelaku usaha mengelolanya. Teori ini menaruh fokus pada bagaimana sebuah usaha dapat berlangsung dengan cara mengembangkan sumber daya yang dimiliki seadanya. Teori ini melihat kemampuan sumber daya internal perusahaan dalam mengeksploitasi sumber daya yang ada sehingga dapat bersaing. Teori ini merupakan yang pertama kali diperkenalkan oleh Wernerfelt dan Barney (1984), yang menyatakan bahwa suatu perusahaan dengan sumber daya internal dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan mempertahankan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Sumber daya ini dibedakan menjadi dua kategori, yaitu sumber daya berwujud, seperti modal, dan sumber daya tak berwujud.

Teori ini menganggap bahwa suatu usaha merupakan ikatan yang menunjukkan bahwa modal memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif dan dampak terhadap keberlanjutan usaha. Keberlangsungan suatu usaha dalam menghadapi permasalahan sangat dipengaruhi oleh pelaku usaha dalam mengelola sumber daya, dengan memerlukan perencanaan yang kompleks

dalam proses pengelolaannya. Perencanaan adalah salah satu proses yang harus dijalankan terlebih dahulu sebelum melakukan pengelolaan untuk mencapai tujuan yang berhasil. Teori ini berpendapat bahwa keberlangsungan usaha merupakan hasil dari penerapan strategi yang tepat dan sesuai dengan kondisi yang dihadapi (Anshori, 2020).

Teori diatas sesuai untuk menerangkan mengenai variabel ketersediaan pembiayaan. Teori ini menjelaskan juga bagaimana seorang pelaku usaha dapat mempertahankan usahanya dengan sumber daya terbatas yang dimiliki. Sebuah usaha yang memiliki sumber daya seperti modal finansial yang baik dapat meningkatkan kemampuan bersaing sehingga prospek masa depan usaha lebih baik. Modal finansial juga berkaitan dengan modal yang dapat digunakan untuk menghasilkan keuntungan.

2.1.2 Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Teori ini ditemukan oleh Davis pada tahun 1989 sebagai pengembangan dari TRA. TAM dirancang untuk memprediksi adopsi atau penggunaan sistem informasi oleh pengguna serta manfaatnya bagi suatu pekerjaan (Ilmi et al., 2020). Teori ini umumnya diterapkan untuk menganalisis cara individu memperoleh kemajuan teknologi baru, serta menyatakan bahwa niat untuk using teknologi tertentu mempengaruhi kesiapan individu untuk mengadopsi teknologi tersebut.

Teori ini juga didasarkan pada Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action - TRA*) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975. Teori TRA berasumsi bahwa perilaku didasarkan pada niat individu untuk terlibat dalam suatu tindakan tertentu. Konsep TAM menyediakan sebuah teori

yang berfungsi sebagai landasan untuk menganalisis dan memahami perilaku pengguna dalam mengadopsi dan memanfaatkan sistem informasi.

Teori ini memiliki asumsi bahwa niat seseorang untuk menggunakan teknologi ada dua faktor, yaitu persepsi kemanfaatan dimana kepercayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja dan persepsi kemudahan adalah tingkat kepercayaan bahwa pekerjaan akan lebih mudah dengan teknologi. Teori ini menempatkan faktor kepercayaan dari setiap perilaku pengguna dengan dua variabel yaitu manfaat dan kemudahan penggunaan.

Teori ini sangat sesuai untuk menjelaskan variabel digitalisasi. Bagaimana pelaku usaha UMKM dapat memperoleh kemajuan dalam pemanfaatan teknologi dan meningkatkan minat terhadap penggunaannya. Minat dalam penggunaan teknologi ini ditentukan oleh dua faktor, yaitu tingkat kepercayaan pelaku usaha UMKM bahwa teknologi dapat meningkatkan kinerja UMKM dan persepsi kemudahan penggunaan, di mana tingkat kepercayaan ini bergantung pada keyakinan mereka terhadap teknologi yang dapat mempermudah operasional.

2.2. Teori Variabel X dan Y

2.2.1 Ketersediaan Pembiayaan

Ketersediaan berarti keberadaan atau keterdapatannya, sedangkan pembiayaan berarti proses menyediakan dana untuk tujuan tertentu seperti untuk menghasilkan sesuatu yang dapat menambah kekayaan. Pembiayaan dapat diberikan oleh bank, lembaga keuangan lain, atau individu. Sehingga ketersediaan pembiayaan adalah keterdapatannya wirausaha untuk mendapatkan sebuah modal yang kelak akan digunakan untuk menghasilkan sesuatu.

Modal merupakan satu diantara beberapa faktor yang dianggap penting dalam kegiatan usaha. Sebuah usaha dapat berdiri dan menjalankan aktivitasnya jika sudah memiliki modal yang cukup. Perusahaan yang telah beroperasi lama biasanya menggunakan mode tidak hanya untuk operasional, tetapi juga untuk memperluas pasar mereka. Bagi pengusaha tentu saja mereka harus ahli dalam mengoptimalkan modal sehingga dapat mencetak laba setinggi mungkin. Modal merupakan dasar dalam menjalankan sebuah usaha (Supriadi, n.d.).

Modal menurut (Kusumawati & Nurjannah, 2022) dibagi menjadi beberapa antara lain sebagai berikut:

a. Modal Pribadi

Modal yang dihimpun oleh pemilik usaha secara mandiri. Modal ini dapat terdiri dari tabungan, sumbangan, hibah, dan sejenisnya. Modal ini memiliki keunggulan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat biaya, seperti bunga atau administrasi, yang akan membebani perusahaan di masa mendatang.
2. Tidak bergantung pada pihak ketiga, yang berarti dapat diperoleh dari investasi modal pemilik usaha.
3. Persyaratan yang diwajibkan juga tergolong ringkas.
4. Tidak diharuskan untuk mengembalikan modal.

Selain kelebihan, terdapat pula kekurangan, yaitu:

1. Jumlahnya sangat terbatas
2. Mencapai modal sendiri dari calon pengusaha tentu sangat menantang karena mereka mengevaluasi prospek usaha dan kinerja.

b. Modal Asing

Modal jenis ini biasanya diperoleh dari pihak luar seperti pinjaman. Keuntungan modal ini adalah jumlahnya tidak terbatas. Kekurangannya adalah pinjaman jenis ini dikenakan biaya bunga, biaya administrasi, komisi, dsb. Pinjaman yang diajukan juga diwajibkan memberikan agunan sebesar nilai pinjaman, pinjaman jenis ini juga harus membayarkan pokok pinjaman beserta bunganya secara tepat waktu sesuai perjanjian agar tidak terkena denda. Sumber modal asing ini dapat diperoleh melalui pinjaman dari lembaga keuangan formal (swasta, pemerintah, asing) atau dari lembaga nonkeuangan.

c. Modal Patungan

Modal patungan ini didapatkan dengan berbagi kepemilikan usaha dengan orang lain.

Menurut (Bambang Eka Jaya, 2019) : "Ketersediaan biaya adalah kemampuan suatu entitas untuk mengelola sumber dayanya secara efektif dan efisien untuk memenuhi tujuan keuangannya, termasuk pemenuhan kewajiban jangka pendek dan jangka panjang."

UMKM menghadapi hambatan, salah satunya adalah kurangnya ketersediaan pembiayaan (Panggah Febriyanto et al., 2019). Dengan meningkatnya ketersediaan pembiayaan untuk UMKM tentu saja akan semakin mendorong pertumbuhan ekonomi.

2.2.2 Pengetahuan Akuntansi

Pengetahuan akuntansi menjadi salah satu indikator yang penting untuk meningkatkan UMKM, apabila pelaku usaha tidak memiliki pengetahuan akuntansi yang baik maka hal ini akan berdampak pada kinerja UMKM. Menurut (Rukmi Octaviana et al., n.d.) ilmu pengetahuan secara umum adalah suatu pengetahuan tentang objek tertentu yang disusun secara sistematis objektif rasional dan empiris sebagai hasil. Pengetahuan adalah sebuah pengalaman tentang berbagai hal dan tentu akan dijadikan pertimbangan dalam menghadapi suatu informasi baru untuk mengambil tindakan yang tepat. Akuntansi menurut (Wardani & Wardana, 2022) adalah seni pencatatan, penggolongan, pengikhtisaran dan pelaporan, pengupasan dan penafsiran mengenai transaksi keuangan perusahaan dengan cara sistematis. Tujuan dari akuntansi yaitu menyediakan informasi ekonomi berupa laporan keuangan yang diperlukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan mengenai kegiatan ekonomi dan kondisi suatu perusahaan (Wardani & Wardana, 2022). Oleh karena itu, maka pengetahuan akuntansi sangat penting dalam menjalankan akuntansi karena dapat membantu dalam mengolah informasi akuntansi berdasarkan pengetahuan akuntansi yang sudah kita miliki.

Menurut (T. Lestari, 2023), dalam penelitiannya, pengetahuan akuntansi adalah pemahaman yang mendalam mengenai fakta, kebenaran, atau informasi terkait proses pencatatan, pengelompokan, dan pengikhtisaran peristiwa ekonomi secara teratur dan logis, dengan tujuan menyajikan informasi keuangan yang diperlukan.

Ada juga penelitian oleh (Achbianto & Tri Adriyanti, 2023), pengetahuan akuntansi adalah pemahaman mengenai fakta transaksi bisnis suatu organisasi, mencakup klasifikasi yang meliputi jurnal dan buku besar, serta pengetahuan tentang laporan keuangan, termasuk laporan neraca, laba rugi, arus kas, perubahan modal, dan laporan keuangan untuk manajemen perusahaan seperti laporan biaya produksi dan anggaran.

Pengetahuan akuntansi sangat berpengaruh dalam menjalankan bisnis, terutama bagi pemilik usaha. Selain pemilik usaha, pemegang saham juga harus memiliki pengetahuan akuntansi untuk dapat memahami laporan keuangan.

Penggunaan informasi akuntansi merupakan proses, cara, perbuatan menggunakan, dan pemakaian informasi akuntansi untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam menentukan pilihan di antara alternatif tindakan (Marlyna, 2019). Informasi akuntansi sebagai data berupa angka-angka atau kuantitatif tentang entitas ekonomi sehingga dapat dimanfaatkan sebagai pengambilan keputusan ekonomi dalam memilih diantara alternatif-alternatif tindakan (Nida Fatkhiyah et al., 2021). Menurut (Octarina, 2020), Informasi akuntansi juga digolongkan menjadi tiga jenis, yaitu (1) Informasi operasi yang berupa data mentah dan biasanya berisi informasi produksi, pembelian, bahan baku, penggajian, penjualan. Informasi ini biasanya digunakan untuk menilai kegiatan operasional secara keseluruhan. (2) Informasi akuntansi manajemen yang digunakan untuk kepentingan manajemen dan biasanya digunakan untuk perencanaan, implementasi, pengendalian, dan penilaian kinerja. Informasi ini biasanya disajikan dalam bentuk laporan anggaran, laporan penjualan, biaya produksi dan sebagainya. (3) Informasi

akuntansi keuangan yang menyajikan informasi posisi keuangan, kinerja, dan perubahan keuangan suatu entitas sehingga dapat digunakan pihak manajerial maupun eksternal untuk mengambil keputusan.

2.2.3 Digitalisasi

Digitalisasi dapat diartikan sebagai proses pembuatan digital dari segala sesuatu yang dapat didigitalkan dan proses mengubah format informasi menjadi digital (Asiati et al., 2019). Berdasarkan (Sutiono, 2024) digitalisasi merupakan proses konversi dari analog ke digital dengan menggunakan teknologi dan data digital dengan sistem pengoperasian otomatis dan sistem terkomputerisasi. Digitalisasi atau yang dapat disebut sebagai perkembangan teknologi digital juga merupakan hasil rekayasa, akal, pikiran, dan kecerdasan manusia yang dicerminkan dalam adanya kemajuan ilmu pengetahuan. Dengan adanya digitalisasi maka mendorong peningkatan efisiensi dan efektivitas kinerja dari sebuah usaha sehingga sumber daya manusia dan waktu yang ada pun dapat dimanfaatkan secara maksimal sehingga terciptanya laba yang besar. Digitalisasi mengubah format model bisnis yang sebelumnya masih konvensional menjadi teknologi baru sehingga dapat mengekskspansi peluang bisnis baru.

Dengan adanya digitalisasi maka akan membantu usaha dalam (Sutiono, 2024) :

1. Peningkatan perkembangan bisnis

Melalui ini maka dapat mendorong pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya ke ranah yang lebih besar sehingga mampu bersaing dengan kompetitor lain.

2. Ramah lingkungan

Digitalisasi juga dikatakan dapat membuat ramah lingkungan dikarenakan segala sesuatu yang dihasilkan dari digitalisasi ini bersifat daring sehingga tidak memerlukan kertas.

3. Menjangkau pasar lebih luas

Dengan adanya digitalisasi maka dapat mendorong pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya dengan interaksi dengan konsumen yang tidak berada di domisili.

4. Informasi yang didapatkan dengan cepat

Zaman dahulu informasi sulit didapatkan karena hanya bersifat luring. Namun, dengan berkembangnya digitalisasi maka informasi yang didapatkan menjadi lebih cepat dikarenakan segala jenis informasi dapat diakses melalui perangkat seluler. Informasi yang didapatkan juga dapat membantu mengembangkan bisnis, informasi yang dimaksud ini adalah mengenai trend pasar.

5. Menghemat biaya operasional

Menghemat pengeluaran adalah salah satu langkah yang ditempuh untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dengan adanya digitalisasi akan membantu perusahaan untuk mengurangi beban operasional dan menghemat waktu. Menghemat waktu yang dimaksudnya ini adalah karena proses manual tentu saja lebih lama dibandingkan menggunakan teknologi. Beban operasional yang dimaksud adalah seperti gaji karyawan, apabila proses dilakukan

secara manual dan ternyata pada hari itu banyak kerjaan maka tentu akan menambah waktu lama, belum lagi apabila karyawan terpaksa lembur sehingga menambah beban operasional usaha.

Penggunaan teknologi digital tidak hanya terbatas pada aplikasi, tetapi juga dapat berkontribusi pada promosi. Dengan pemanfaatan teknologi atau digitalisasi, diharapkan dapat mendorong pemasaran UMKM untuk mencapai target pasar yang lebih luas dan mempermudah proses penyebaran informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan kepada calon pembeli. Teknologi digital menawarkan peluang signifikan bagi UMKM untuk memperluas jaringan pasar melalui penggunaan alat digital seperti situs online, media sosial, dan *e-commerce*. Dengan adanya alat-alat digital maka dapat membantu UMKM dalam memasarkan produk mereka dan berinteraksi dengan calon pembeli secara efektif. Informasi dari alat digital ini juga dapat diakses secara langsung oleh pelanggan tanpa terkendala oleh lokasi. Informasi yang dapat diakses berupa, jenis produk, deskripsi produk, harga produk, ketersediaan dan sebagainya.

E-Commerce merupakan transaksi jual-beli secara digital dengan memanfaatkan media internet atau dapat juga diartikan sebagai proses berbisnis menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan jual-beli secara daring (Etanim, 2022). Menurut (Ika Purnama et al., 2021), *e-commerce* adalah seperangkat media pembelian dan penjualan jasa atau produk yang dilakukan antara dua pihak melalui internet dan seperti mekanisme bisnis yang fokus pada transaksi bisnis antara individu dengan internet sebagai media komunikasi dalam melakukan

penjualan tersebut. *E-Commerce* menurut (Wildan Affan, 2022) adalah penggunaan internet dalam melakukan transaksi perdagangan berbasis digital antara organisasi dan individu yang didalamnya terdapat pertukaran nilai dimana memiliki delapan fitur unik yaitu, *ubiquity, global rich, universal standards, richness, interactivity, information density, personalization and customization, social technology*.

E-Commerce juga terbagi menjadi beberapa jenis yaitu sebagai berikut (Ika Purnama et al., 2021):

1. *Business to Business (B2B)*, dimana transaksi barang atau jasa dilakukan antar perusahaan yang dilakukan di market elektronik. Pada umumnya menggunakan EDI (*Electronic Data Interchange*)
2. *Business to Consumes (B2C)*, dimana penjualan dan pembelian barang dengan pembeli perorangan yang dilakukan secara *online*.
3. *Consumer to Consumer (C2C)*, dimana penjualan yang dilakukan oleh satu konsumen kepada konsumen lainnya dan biasanya terjadi melalui wadah atau platform ketiga *online*.
4. *Consumer to Business (C2B)*, dimana individu menjual produk ke sebuah organisasi
5. *Non-Business E-Commerce*, jenis ini melakukan kegiatan untuk menciptakan layanan public.

E-Commerce juga memiliki keunggulan (Martisia Rakanita, 2019):

1. Efisien, usaha dapat melakukan efisiensi yang besar terhadap tenaga kerja.

2. Efektif, layanan *e-commerce* yang menggunakan internet dapat dijangkau 24 jam sehingga memudahkan usaha dalam mengawasi transaksinya.
3. Meningkatkan pangsa pasar, hal ini dikarenakan dengan menggunakan *e-commerce* maka produk atau jasa yang ditawarkan dapat menjangkau pasar global.

Pada *E-Commerce* juga terdapat berbagai cara pembayaran, sebagai berikut:

1. *Online Processing Credit Card*, metode ini digunakan pada produk yang bersifat retail dan mencapai pasar internasional dimana pembayaran biasanya langsung dilakukan saat transaksi terjadi
2. *Money Transfer*, pembayaran ini dilakukan dengan cara membayar langsung
3. *Cash On Delivery (COD)*, pembayaran ini dilakukan setelah produk sudah diterima oleh pembeli.

E-Commerce dan *E-business* merupakan dua hal yang sama namun memiliki pendekatan yang berbeda (Fajri Handayani, 2020). Berikut perbedaannya:

Tabel 2. 1 Perbedaan E-Commerce dan E-Business

Indikator	<i>E-Commerce</i>	<i>E-Business</i>
Fokus	Mencakup segala jenis transaksi seperti penjualan, pembelian, pemesanan,	Mencakup proses penjualan, pembelian, dan layanan pelanggan,

	dan juga pembayaran secara elektronik melalui jaringan internet	kolaborasi dengan mitra bisnis, dan mengelola transaksi bisnis dalam sebuah organisasi
Orientasi	<i>Profit Oriented</i> atau berorientasi pada laba	Beorientasi pada kepentingan jangka panjang yang umumnya sifatnya abstrak seperti kepercayaan konsumen, pelayanan, dsb
Melibatkan	Pertukaran uang dalam transaksi	Tidak hanya pertukaran uang melainkan mencakup semua aspek dalam bisnis.

Fintech, atau teknologi keuangan, merupakan integrasi antara sistem layanan keuangan dan teknologi yang menawarkan keuntungan melalui penggunaan aplikasi keuangan (Ika Purnama et al., 2021). Sementara itu, Bank Indonesia mendefinisikan *fintech* sebagai integrasi layanan keuangan dengan teknologi yang mentransformasi model bisnis konvensional menjadi lebih modern, di mana pembayaran yang sebelumnya dilakukan secara langsung kini dapat diselesaikan dalam hitungan detik melalui telepon pintar. Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI menerangkan bahwa *fintech* adalah penggunaan teknologi sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan atau model bisnis

baru beserta dapat memberikan dampak pada stabilitas keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan dan keandalan sistem pembayaran (Rahardjo et al., 2023).

Bank Indonesia yang merupakan regulator dari segala kegiatan perbankan yang ada di Indonesia juga menjelaskan bahwa *fintech* dapat menggantikan peran lembaga keuangan formal seperti bank. Dalam sistem pembayaran, *fintech* berperan dalam menyediakan pasar bagi pelaku usaha, menjadi alat bantu pembayaran, *settlement* dan *clearing*, pelaksanaan investasi yang lebih efisien, mitigasi risiko dari sistem pembayaran konvensional, dan membantu pihak membutuhkan untuk menabung, pinjam dana, serta pembiayaan.

Fintech juga dikategorikan menjadi empat sesuai area dari fokus aktivitasnya sebagai berikut:

1. *Payments, clearing, and settlements*
2. *Deposits, lending, and capital acquisition.*
3. *Market provisioning in form of e-agrigator*
4. *Investment management and risk management*

Menurut Bank Indonesia (Berry A. Harahap et al., n.d.) layanan keuangan digital yang muncul di Indonesia dapat dikategorikan menjadi beberapa kelompok, yaitu:

1. Saluran/Sistem Pembayaran adalah layanan yang berfungsi untuk menggantikan uang tunai dan giral sebagai metode pembayaran dengan kartu, yang sering disebut e-money.

2. *Digital Banking*, layanan perbankan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah secara mendesak, diakses melalui perangkat *mobile*, lebih dikenal sebagai *mobile banking*.
3. *P2P lending, Peer to Peer (P2P) lending*, jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi digital yang mempertemukan kreditur dan debitur dengan *website*.
4. Asuransi Daring/Digital, layanan asuransi yang dapat diakses secara pribadi melalui situs online.
5. *Crowdfunding*, suatu aktivitas pengumpulan dana melalui situs online atau teknologi digital dengan tujuan investasi atau sosial.

Pemasaran digital adalah metode pemasaran yang dilakukan melalui media digital atau jaringan internet. Media digital yang umumnya digunakan meliputi *e-commerce*, situs online, media sosial, dan sejenisnya.

Tujuan pemasaran digital ini adalah untuk mengakses pasar yang lebih luas melalui penggunaan alat-alat digital. Alat-alat digital ini juga dilengkapi dengan fitur iklan yang dapat menjangkau target pelanggan kita. Tidak hanya itu, pemasaran digital juga berfungsi untuk penyebaran informasi, pengujian produk, peningkatan layanan, dan meningkatkan penjualan.

Dengan adanya pemasaran digital ini maka penjual akan lebih gampang untuk terhubung dengan calon pelanggan menggunakan media digital dan tentunya akan membantu para pengusaha untuk mempersiapkan ilmu untuk menghadapi jaman yang serba modern ini.

2.2.4 Kinerja UMKM

Kinerja adalah suatu hasil yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang didasarkan atas kemampuan, pengalaman, dan kesungguhan serta waktu menurut standar dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya (Silas et al., 2019)

Dan menurut (Winbaktianur & Maywarni Siregar, 2020) kinerja sebagai suatu adalah kemampuan objek untuk menghasilkan sesuatu dalam dimensi yang ditetapkan secara *a priori*, dalam kaitannya dengan target.

Menurut (Hamdani, 2019), usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan bentuk kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih, hasil penjualan tahunan, serta kepemilikan yang diatur dalam Undang-Undang.

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM adalah entitas ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik secara langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau besar, yang memenuhi kriteria berikut:

- a. Kriteria untuk usaha mikro adalah sebagai berikut:
 1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 dan tidak termasuk aset properti dan tanah
 2. Memiliki hasil penjualan melebihi Rp300.000.000
- b. Kriteria untuk usaha kecil adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan minimal Rp50.000.000 dan maksimal Rp500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 2. Memiliki hasil penjualan minimal Rp300.000.000 dan maksimal Rp2.500.000.000
- c. Kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut:
1. Memiliki kekayaan bersih minimal Rp500.000.000 dan maksimal Rp10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 2. Memiliki hasil penjualan minimal Rp2.500.000.000 dan maksimal Rp50.000.000.000

Dilansir dari <https://www.bps.go.id/> , batasan tenaga kerja UMKM adalah sebagai berikut:

1. Usaha mikro yaitu usaha yang memiliki pekerja <5 orang, termasuk tambahan anggota keluarga yang tidak dibayar
2. Usaha kecil yaitu usaha yang memiliki pekerja minimal 5 orang sampai dengan batas 19 orang
3. Usaha menengah yaitu usaha yang memiliki pekerja minimal 19 orang sampai dengan batas 99 orang

Dilansir dari Keputusan Menteri Keuangan No. 40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2023 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro

Usaha produktif milik keluarga atau individu WNI dan memiliki penghasilan paling maksimal Rp100.000.000 per tahun dan dapat mengajukan kredit paling besar Rp50.000.000. Berikut ciri-cirinya:

1. Jenis barang atau komoditas usahanya tidak selalu tetap dan dapat berubah seiring waktu
2. Tempat usaha berubah-ubah dan tidak selalu tetap
3. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan usaha
4. Pengusaha atau SDM-nya masih berpendidikan rendah dan belum ada pengalaman usaha
5. Belum mengenal perbankan dan lebih mengenal rentenir
6. Tidak memiliki izin usaha atau persyaratan usaha lainnya termasuk NPWP
7. Tenaga kerja umumnya kurang dari empat orang

b. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha produktif yang berskala kecil dan memiliki kekayaan paling banyak Rp200.000.000 dan tidak termasuk tanah, bangunan usaha atau memiliki penghasilan paling besar Rp1.000.000.000 per tahun dan dapat menerima pembiayaan dari bank sebesar Rp50.000.000 sampai dengan batas Rp500.00.000. Berikut ciri-ciri usaha kecil:

1. SDM sudah lebih maju dibandingkan usaha kecil (SMA) dan sudah ada pengalaman berusaha

2. Sudah mengenal pembukuan walaupun sederhana, sudah mulai memisahkan keuangan keluarga dengan usaha, dan sudah bisa membuat neraca usaha
3. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legal seperti NPWP
4. Sebagian sudah berhubungan dengan perbankan, namun belum dapat membuat perencanaan bisnis, dan proposal kredit ke bank sehingga masih diperlukan jasa pendamping
5. Umumnya tenaga kerjanya 5-19 orang

c. Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha yang bersifat produktif yang memenuhi kriteria kekayaan bersih lebih besar dari Rp200.000.000 dan paling maksimal Rp10.000.000.000 yang tidak termasuk dan bangunan tempat usaha. Ciri-ciri usaha menengah adalah sebagai berikut:

1. Telah memiliki manajemen atau organisasi yang lebih baik, teratur, dan pembagian tugas lebih jelas antara keuangan, pemasaran, dan produksi
2. Sudah mulai ada manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi
3. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, dan sudah ada BPJS
4. Sudah memiliki persyaratan legal seperti izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, dan upaya pengelolaan lingkungan, dsb
5. Sudah memiliki akses ke sumber permodalan perbankan
6. Memiliki sumber daya manusia yang sudah terlatih

Indikator kinerja biasanya kerap dikaitkan dengan jumlah pendapatan dan laba bersihnya.

Berikut beberapa langkah untuk meningkatkan kinerja :

1. Harus melakukan analisa mengenai kekurangan dengan cara :
 - a. Mengidentifikasi masalah melalui data dan informasi yang dikumpulkan
 - b. Mengidentifikasi masalah melalui karyawan
 - c. Memperhatikan masalah yang ada
2. Mengenal kekurangan dan tingkat keseriusan. Untuk memperbaiki keadaan tersebut diperlukan beberapa informasi seperti:
 - a. Harga yang harus dibayar apabila tidak ada kegiatan
 - b. Harga yang harus dibayar apabila ada campur tangan dan penghematan yang diperoleh apabila ada penutupan kekurangan kinerja
 - c. Mengidentifikasi masalah-masalah yang kemungkinan dapat menjadi penyebab kekurangan
 - d. Mengembangkan rencana tindakan untuk menanggulangi kekurangan.

Penilaian kinerja (*performance appraisal*) pada dasarnya merupakan faktor kunci guna mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien, karena adanya kebijakan atau program yang lebih baik atas sumber daya manusia yang ada dalam organisasi (W. Lestari et al., n.d.). Dapat disimpulkan bahwa pengukuran kinerja adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk menguji hasil yang telah

tercapai seorang individu maupun kelompok sesuai dengan tugas dan wewenang serta sumber daya yang tersedia. Tujuan utama dari pengukuran kinerja adalah untuk memotivasi karyawan sehingga tujuan organisasi dalam mencetak laba tinggi tercapai.

Manfaat pengukuran kinerja antara lain sebagai berikut:

1. Menelusuri kinerja terhadap harapan pelanggan guna membawa perusahaan lebih dekat lagi dengan pelanggan dan membuat seluruh orang yang terlibat dalam organisasi dapat memberikan keputusan
2. Memotivasi karyawan sehingga dapat melakukan pelayanan yang merupakan bagian dari mata rantai pelanggan dan pemasok internal
3. Mengidentifikasi berbagai pemborosan dan mendorong upaya pengurangannya
4. Membuat suatu tujuan strategis dan rencana strategis

Terdapat beberapa cara untuk melakukan pengukuran kinerja yaitu sebagai berikut:

1. Sistem *assessment*, evaluasi yang memberikan informasi tentang keadaan atau posisi sebuah sistem
2. Program *planning*, evaluasi yang membantu penilaian aktivitas dalam program tertentu yang mungkin akan berhasil memenuhi kebutuhannya
3. Program *implementation*, evaluasi menyiapkan informasi apakah program yang sudah dijalankan sudah tepat

4. Program *improvement*, evaluasi mengenai bagaimana program berfungsi, bagaimana cara antisipasinya, dan lain-lain
5. Program *certification*, evaluasi yang memberikan informasi mengenai nilai atau manfaat program

Ukuran kinerja juga dapat dilakukan berdasarkan empat hal sebagai berikut:

1. Dari persepektif keuangan

Ukuran kinerja keuangan menunjukkan apakah strategi dan proses implementasinya sudah memberikan nilai tambah dan mencetak laba bagi perusahaan.

2. Dari persepektif pelanggan

Waktu, kualitas kinerja, dan pelayanan. Indikator yang diukur dalam persepektif ini adalah kepuasan konsumen, bertambahnya konsumen baru, pertumbuhan pasar, mengurangi *complain* pelanggan, kecepatan respon, dan kualitas hubungan ke konsumen.

3. Dari persepektif internal proses

Segala sesuatu yang dijalankan perusahaan harus dengan usaha memuaskan konsumen

4. Dari persepektif pembelajaran dan pertumbuhan

Yang diukur adalah kemampuan karyawan, kemampuan sistem informasi, dan retensi karyawan.

Kinerja UMKM merupakan bentuk penilaian dari sesuatu yang dihasilkan oleh UMKM dalam sebuah periode waktu dengan penilaian standar yang telah

ditentukan. Penilaian tersebut terdiri dari seberapa baik proses dan aktivitas yang dilakukan oleh UMKM sebagai dasar dalam meningkatkan laba-nya sehingga pengukuran kinerja sangat diperlukan untuk menilai seberapa baik hasil yang dituju oleh UMKM (Taufiq et al., 2020). Pengukuran ini juga dilakukan untuk evaluasi terhadap kinerja UMKM sehingga dapat dilakukan perbaikan dan kegiatan operasionalnya dapat bersaing dengan perusahaan lain dan pengukuran ini juga untuk membuktikan kepada umum bahwa UMKM memiliki kredibilitas baik (Silvia et al., 2022).

2.3 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu tentu saja dapat dijadikan sebagai referensi maupun panduan sehingga dapat dilakukan perbandingan dan mendapatkan suatu inspirasi baru yang dapat diterapkan pada penelitian ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan referensi:

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Syti Sarah Maesaroh, Agus Rahayu, Lili Adi Wibowo, & Eeng Ahman (2023)	<i>Financial Availability on Performance of MSMEs: Mediation of Entrepreneur</i>	X ₁ : Ketersediaan Pembiayaan X ₂ : Orientasi Wirausaha X ₃ : Rasionalitas Pelaku Usaha Y: Kinerja UMKM	1. Mediasi orientasi wirausaha dan rasionalitas pengambilan keputusan menunjukkan pengaruh signifikan pada hubungan ketersediaan

		<i>rial</i> <i>Orientation</i> <i>and</i> <i>Business</i> <i>Actor's</i> <i>Rationality</i>		pembiayaan terhadap kinerja 2. Ketersediaan pembiayaan berdampak langsung terhadap kinerja UMKM. Secara tidak langsung pengaruh ketersediaan finansial terhadap kinerja UMKM dimediasi oleh sikap pemilik usaha yang meliputi orientasi kewirausahaan dan rasionalitas keputusan pembiayaan. 3. Rasionalisasi, yang bertindak sendiri, tidak mempengaruhi hubungan antara ketersediaan keuangan dan kinerja. 4. Rasionalitas pengambilan keputusan dengan orientasi kewirausahaan memediasi hubungan
--	--	---	--	--

				antara ketersediaan finansial dan kinerja.
2	Maya Indriastuti & Indri Kartika (2022)	<i>The Impact of Digitalization on MSMEs' Financial Performance: The Mediating Role of Dynamic Capability</i>	X ₁ : Digitalisasi X ₂ : Kapabilitas Dinamis Y: Kinerja Keuangan UMKM	1. Variabel digitalisasi mampu meningkatkan kinerja keuangan UMKM 2. Variabel kapabilitas dinamis mampu meningkatkan kinerja keuangan UMKM 3. Variabel kapabilitas dinamis berhasil memediasi pengaruh digitalisasi dengan kinerja keuangan UMKM
3	Diana Putri Oktariani, Jeni Susyanti, & Nurhidayah (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Permodalan Dan Penggunaan Fintech Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Batu Pada Masa	X ₁ : Literasi Keuangan X ₂ : Akses Permodalan X ₃ : Penggunaan Fintech Y: Kinerja Keuangan UMKM	1. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM 2. Akses permodalan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM 3. Penggunaan fintech berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

		Pandemi Covid-19		
4	Adella Octavina & Rio Rita (2021)	Digitalisasi UMKM, Literasi Keuangan, dan Kinerja Keuangan : Studi pada masa pandemi covid-19	X ₁ : <i>Fintech</i> berbasis <i>payment gateway</i> X ₂ : <i>Digital Marketing</i> Z: Literasi Keuangan Y: Kinerja Keuangan UMKM	1. Variabel <i>Fintech</i> berbasis <i>payment gateway</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM 2. Variabel <i>digital marketing</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM 3. Pengaruh literasi keuangan yang memoderasi pengaruh antara <i>fintech</i> berbasis <i>payment gateway</i> terhadap kinerja keuangan UMKM
5	Enis Setiawati, Nur Diana, M. Cholid Mawardi (2021)	Pengaruh <i>E-Commerce</i> , Pengetahuan Akuntansi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja UMKM di	X ₁ : <i>E-Commerce</i> X ₂ : Pengetahuan Akuntansi X ₃ : Budaya Organisasi Y: Kinerja UMKM di Kota Malang	1. <i>E-Commerce</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM 2. Pengetahuan Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan

		Kota Malang		terhadap kinerja UMKM 3. Budaya Organisasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM 4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan <i>e-commerce</i>, pengetahuan akuntansi, dan budaya organisasi terhadap kinerja UMKM
6	Martinus Buulolo & Artinus Buulolo (2023)	Analisis Tingkat Pendidikan UMKM, Persepsi, dan Pemanfaatan Digitalisasi Terhadap Pelaku UMKM Kota Batam	X₁: Tingkat Pendidikan UMKM X₂: Persepsi X₃: Pemanfaatan Digitalisasi Y: Pelaku UMKM Kota Batam	1. Tingkat Pendidikan pelaku UMKM terhadap pelaku UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelaku UMKM 2. Persepsi pelaku UMKM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pelaku UMKM 3. Pemanfaatan digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan

				terhadap pelaku UMKM 4. Tingkat pendidikan, persepsi, dan pemanfaatan digitalisasi sama-sama memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pelaku UMKM.
7	Dwi Panggah Febriyanto, Like Soegiono, & Ari Budi Kristanto (2019)	Pemanfaatan Informasi Keuangan dan Akses Pembiayaan Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah	X : Pemanfaatan Informasi Laporan Keuangan Y : Akses Pembiayaan	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM yang melakukan pencatatan keuangan dan memanfaatkan informasi keuangan cenderung memperoleh akses pembiayaan. Dengan adanya pemanfaatan informasi laporan keuangan dapat membuka akses pendanaan bagi UMKM. Sehingga UMKM dapat mengembangkan usahanya dengan adanya tambahan dana yang bisa dipakai untuk menambah modal usahanya.

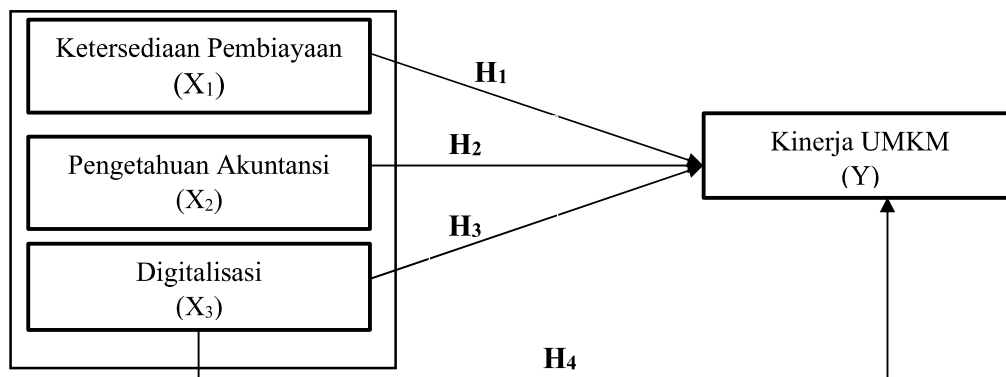
8	Veronica Setiawan, Rieke Pernamasari, & Triyani Budyastuti (2024)	Pengetahuan Akuntansi, Tingkat Pendidikan, dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah	X ₁ : Pengetahuan Akuntansi X ₂ : Tingkat Pendidikan X ₃ : Sistem Informasi Akuntansi Y: Kinerja UMKM	1. Pengetahuan akuntansi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM 2. Tingkat Pendidikan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja UMKM 3. Sistem Informasi Akuntansi mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja UMKM
9	Merdika Setya Aqida & Shoimatul Fitria (2019)	Pengaruh Akses Keuangan Terhadap Pertumbuhan UMKM dengan Moderasi Literasi Keuangan Di Kota Semarang	X ₁ : Akses Keuangan M: Literasi Keuangan Y : Pertumbuhan UMKM	1. Akses keuangan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan UMKM 2. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap akses keuangan 3. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan UMKM
10	Dewi Silvia, Meita Sekar Sari, & Nur	Pengaruh Sistem Informasi	X ₁ : Sistem Informasi	1. Sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh negatif dan

	Salma (2022)	Akuntansi dan <i>E-Commerce</i> terhadap Kinerja UMKM Di Kota Bandar Lampung	X ₂ : <i>E-Commerce</i> Y: Kinerja UMKM	signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung 2. <i>E-Commerce</i> menunjukkan hasil signifikan dan berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung
11	Zesri Ade Putri Naibaho & Hermaya Omposunggu (2024)	Pengaruh Skala Usaha, Pembiayaan , dan Hubungan Keuangan Bank Terhadap Kinerja UMKM	X ₁ : Skala Usaha X ₂ : Pembiayaan X ₃ : Hubungan Keuangan Bank Y: Kinerja UMKM	1. Skala usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Bengkong 2. Pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Bengkong 3. Hubungan keuangan bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Bengkong

				4. Skala usaha, pembiayaan, dan hubungan keuangan bank secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Bengkong
--	--	--	--	---

2.4 Kerangka Pemikiran

Berikut adalah kerangka pemikiran yang menguraikan berbagai variabel independen yang dijadikan objek penelitian terhadap variabel dependen:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

2.5.1 Pengaruh Ketersediaan Pembiayaan Terhadap Kinerja UMKM

Terdapat persepsi yang meyakinkan bahwa apabila ketersediaan pembiayaan tercukupi maka akan memiliki dampak terhadap kinerja UMKM. Apabila terdapat ketersediaan pembiayaan maka UMKM akan menggunakan modal yang didapatkannya untuk melakukan ekspansi bisnis sehingga dapat meningkatkan kinerja UMKM.

Berdasarkan penelitian yang sudah ada sebelumnya oleh (Aqida Setya, 2019) dengan judul “Pengaruh Akses Keuangan Terhadap Pertumbuhan UMKM Dengan Moderasi Literasi Keuangan Di Kota Semarang”, menyatakan bahwa akses keuangan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan UMKM dikarenakan UMKM yang menerima kredit umumnya akan melakukan penambahan aset sehingga mengakibatkan pertumbuhan bisnis. Hal serupa juga dinyatakan oleh (Maesaroh et al., 2023) dimana dijelaskan bahwa ketersediaan pembiayaan berdampak langsung terhadap kinerja UMKM.

Dengan penjelasan yang sudah dijelaskan diatas, maka kesimpulan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Ketersediaan Pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kota Batam

2.5.2 Pengaruh Pengetahuan Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM

Terdapat persepsi yang menyakinkan bahwa pengetahuan akuntansi maka akan dapat meningkatkan kinerja UMKM. Pelaku usaha yang memiliki pengetahuan akuntansi memadai tentu saja dapat membuat pencatatan akuntansi sehingga arus kas masuk dan keluarnya pun tercatat jelas sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha dengan meminimalisir beban operasional.

Berdasarkan (Setiawati et al., 2021) dengan judul “Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja UMKM di Kota Malang” disimpulkan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Malang. Hal serupa juga dinyatakan oleh (Setiawan et al., 2024) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengetahuan

Akuntansi, Tingkat Pendidikan, dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah”.

Dengan penjelasan yang sudah dijelaskan diatas, maka kesimpulan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Pengetahuan Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kota Batam

2.5.3 Pengaruh Digitalisasi Terhadap Kinerja UMKM

Digitalisasi juga merupakan salah satu peluang yang dapat dilakukan pelaku usaha karena dinilai dapat memunculkan pasar baru. Beberapa digitalisasi yang dapat dilakukan pelaku usaha adalah *e-commerce*, *fintech*, dan *digital marketing*.

E-commerce dapat memudahkan para pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka ke jaringan yang lebih luas dan berinteraksi dengan calon konsumen. *Fintech* memudahkan para pelaku usaha untuk mencari modal, melakukan maupun menerima pembayaran dan sebagainya. Sedangkan, *digital marketing* memudahkan para pelaku usaha untuk melakukan pemasaran secara daring yang tentunya dinilai dapat meningkatkan kinerja UMKM.

Berdasarkan penelitian oleh (Indriastuti & Kartika, 2022) dapat ditemukan bahwa digitalisasi benar membawa pengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini juga didukung oleh penelitian dari (Buulolo & Buulolo, 2022) dimana digitalisasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Dengan penjelasan yang sudah dijelaskan diatas, maka kesimpulan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kota Batam

2.5.4 Pengaruh Ketersediaan Pembiayaan, Pengetahuan Akuntansi dan Digitalisasi Terhadap Kinerja UMKM

Ketersediaan Pembiayaan, Pengetahuan Akuntansi, dan Digitalisasi Berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja UMKM. Ketersediaan pembiayaan dapat menambah modal untuk pelaku usaha. Pengetahuan akuntansi dapat digunakan sebagai dasar ilmu untuk pelaku usaha. Digitalisasi juga dapat digunakan para pelaku usaha dalam memasarkan produknya melalui *e-commerce*, penggunaan *fintech*, dan *digital marketing*.

Ketersediaan Pembiayaan, Pengetahuan Akuntansi, dan Digitalisasi Berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja UMKM. Dengan penjelasan yang sudah dijelaskan diatas, maka kesimpulan hipotesis sebagai berikut:

H₄ : Ketersediaan Pembiayaan, Pengetahuan Akuntansi, dan Digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kota Batam.