

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi yang semakin maju akan mendorong para pelaku bisnis semakin ketat dalam persaingan bisnis. Persaingan bisnis adalah persaingan produk maupun non produk yang ditawarkan oleh pelaku bisnis. Pelaku bisnis ada di bidang produksi maupun non produksi, di bidang produksi berarti pelaku bisnis membuat produk atau barang dari bahan mentah menjadi barang jadi, sedangkan di bidang non produksi pelaku bisnis menawarkan jasa. Pelaku bisnis itu sendiri dapat berasal dari perusahaan besar maupun perusahaan kecil seperti usaha rumahan. Peluang usaha rumahan yang banyak dilakukan antara lain usaha kuliner, usaha laundry dan usaha salon. Usaha rumahan membutuhkan modal baik itu modal materi atau pun non materi Usaha rumahan ini adalah asal mulanya terbentuknya Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha pada sector ekonomi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah mendapatkan perhatian besar oleh pemerintah. Karena Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) dapat lebih bertahan dengan adanya krisis global. Usaha Mikro Kecil dan Menengah dipandang sebagai usaha mandiri yang dijalankan sebagian besar masyarakat masyarakat Indonesia. Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah indikator tingkat partisipasi dari masyarakat dalam

berbagai sector kegiatan ekonomi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini dijadikan sebagai katup pengaman dalam keadaan krisis ekonomi melalui mekanisme penciptaan kesempatan kerja (Matahui, 2021)

Keberhasilan usaha biasanya diidentifikasi dengan membesarnya skala usaha yang dimilikinya. Hal ini bisa dilihat dari volume produksi yang tadinya bisa menghabiskan sejumlah bahan baku per hari meningkat menjadi mampu mengelola bahan baku yang lebih banyak. Banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pada pengusaha baik yang berasal dari internal maupun eksternal. Faktor internal lebih banyak berasal dari pengusaha itu sendiri diantaranya: latar belakang pendidikan, usia, pengalaman, efikasi diri, motivasi dan masalah internal lainnya. Faktor eksternal dihadapkan kepada permasalahan diluar organisasi diantaranya: lingkungan, peluang, sistem informasi global, dan masalah eksternal lainnya (Thoyibah, 2022)

Perkembangan UMKM di Kabupaten Kudus dari tahun 2022 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2021.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah UMKM di Kabupaten Kudus**

No	Tahun	Jumlah
1	2021	17.182
2	2022	27.200

Sumber: Disnakerperinkop-UKM Kudus

Berdasarkan data di atas menunjukkan jumlah UMKM di Kabupaten Kudus mengalami peningkatan dari tahun 2021 sebanyak 17.182 pelaku usaha meningkat signifikan di tahun 2022 sebanyak 27.200 pelaku UMKM. Dari jumlah yang pihaknya catat, sebagian besar pelaku UMKM di Kudus bergerak di bidang

kuliner. Bidang makanan dan minuman menjadi primadona bagi para pelaku usaha baru. Selain itu, pelaku usaha baru juga ada yang memilih bidang kerajinan tangan atau batik. Bidang kuliner memang mendominasi. Ada sekitar 10 ribu pelaku usaha baru atau 40 persennya dari jumlah total yang memilih usaha makanan dan minuman (Disnakerperinkop-UKM Kudus, 2023)

Permasalahan yang sering dialami oleh pelaku UMKM termasuk yang ada di Kabupaten Kudus salah satunya yaitu modal usaha. Modal usaha merupakan hal yang mutlak diperlukan dalam melakukan kegiatan usaha. Dalam berwirausaha modal merupakan faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan suatu kegiatan. Untuk mengembangkan satu UMKM agar usahanya berhasil, pelaku usaha harus lebih berfikir kreatif dan inovatif dalam mengembangkan usahanya. Kendala modal usaha yang dialami para pelaku UMKM karena belum semua UMKM memiliki surat izin usaha padahal dengan adanya surat izin usaha tersebut dapat memudahkan para pelaku UMKM untuk mendapatkan pinjaman modal dari pengelola dana bergulir, untuk mengembangkan usahanya.

Modal secara umum dapat dikatakan sebagai sumber dana yang dibutuhkan pelaku usaha untuk memulai atau menjalankan suatu usaha. Berdasarkan penelitian (Dewi, 2019) Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan. Modal usaha dapat diperoleh dari dua sumber yaitu modal sendiri dan modal dari luar yaitu dari lembaga-lembaga kredit. Sebuah kegiatan usaha tidak akan terealisasi tanpa adanya modal. Untuk

mendapatkan modal diperlukan pencatatan yang dapat dipertanggung jawabkan dan disiplin dalam pengembalian (Arlani et al., 2019).

Modal usaha merupakan faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan produksi. Modal usaha menurut merupakan kekayaan yang dimiliki perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan pada waktu yang akan datang, dan dinyatakan dalam nilai uang. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi terhadap keberhasilan usaha dalam pencapaian pendapatan (Apriliani, 2018). Menurut penelitian Dewi (2019) yang menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Begitu juga dengan penelitian Apriliani (2018) dan Arilani et al., (2019) yang menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Namun penelitian Fauzi (2020) menyatakan bahwa modal usaha tidak berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM

Permasalahan lain yang dialami UMKM yaitu pengelolaan keuangan dan masih ada yang belum menggunakan informasi akuntansi. Akuntansi merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha. Informasi yang disediakan oleh catatan-catatan akuntansi berguna bagi pengambilan keputusan UMKM, sehingga dapat meningkatkan pengelolaan perusahaan. Informasi akuntansi dalam UMKM merupakan rangkaian proses yang meliputi identifikasi, pengukuran, pencatatan, pengkalsifikasian, pengikhtisaran dan, penyajian data keuangan yang terjadi dari kegiatan penjualan produk (Matahui, 2021).

Peranan informasi akuntansi terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dalam penelitian Dewi, (2019) menjelaskan bahwa

keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ada tujuh aspek, yaitu ; (a) peningkatan modal, (b) peningkatan jumlah produksi, (c) jumlah pelanggan, (d) perluasan usaha, (e) perluasan daerah pemasaran, (f) perbaikan sarana fisik, (g) peningkatan pendapatan usaha. Keberhasilan usaha dapat ditunjang dengan memanfaatkan informasi akuntansi, termasuk pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Keberhasilan usaha ini dapat terwujud dengan adanya bantuan informasi akuntansi yang berupa laporan keuangan.

Seorang pelaku usaha sangat membutuhkan informasi akuntansi untuk pengambilan suatu keputusan yang tepat dan akurat, namun pada kenyataannya pelaku usaha banyak mengalami kesulitan dalam memahami informasi akuntansi dengan baik dan benar. Sekalipun persaingan perusahaan menjadi semakin sengit di era globalisasi ekonomi, hanya perusahaan dengan keunggulan kompetitif yang dapat mengungguli pesaingnya. Manfaat ini mencakup kemampuan mengelola berbagai jenis informasi, sumber daya manusia, alokasi keuangan, penerapan teknologi, layanan, dan sistem pemasaran. Menurut penelitian Wibowo (2015) dan Mastura et al., (2019) yang menyatakan bahwa penggunaan informasi akuntansi berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Namun berbeda dengan penelitian Fauzi, (2020) dan Matahui (2021) yang menyatakan bahwa penggunaan informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM.

Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan pertumbuhan perusahaan sangat tergantung dengan karakteristik wirausaha yang dimiliki pemilik usaha. Kemampuan pemilik dalam memelihara kekuatannya dalam menghadapi tantangan sangat berpengaruh terhadap kinerja

dari usaha tersebut. Seorang wirausaha dicirikan dengan karakteristik mempunyai hasrat untuk selalu bertanggung jawab bisnis dan sosial, komitmen terhadap tugas, memilih risiko yang moderat, merahasiakan kemampuan untuk sukses, cepat melihat peluang, orientasi ke masa depan, selalu melihat kembali kepada prestasi masa lalu, sikap haus terhadap 'money', skil dalam organisasi.

Seorang wirausahawan (*interpreneur*) adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan mengabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya itu bisa dikapitalisasikan (Apriliani, 2018). Karakteristik wirausaha adalah sikap atau perilaku seseorang yang mampu menggunakan sumber daya seperti finansial, bahan mentah, dan tenaga kerja dengan upaya-upaya kreatif dan inovatif serta berani menanggung risiko untuk menemukan peluang usaha sehingga terciptanya usaha baru.

Usaha mikro kecil dan menengah diwarnai dengan karakteristik lemahnya kemampuan para pelaku usaha kecil dalam melihat lingkungan internal dan eksternal. Kelemahan yang sering terjadi yaitu keputusan yang sering diambil berdasarkan intuisi dari pemilik usaha. Penelitian Fauzi, (2020) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan UMKM. Begitu juga dengan penelitian Sumardhi & Laily (2018) dan Bustan (2016) yang menyatakan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM. Namun dalam penelitian Apriliani,

(2018) yang menyatakan karakteristik wirausaha berpengaruh tidak signifikan terhadap keberhasilan UMKM.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi perkembangan UMKM adalah strategi bauran pemasaran. Manajemen pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama dari pelaku usaha untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Dalam kegiatan pemasaran pelaku usaha harus memberikan kepuasan terhadap konsumen agar usaha yang dikembangkan dapat berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap usaha tersebut. Rangkaian tugas manajemen pemasaran adalah bagaimana memadukan *marketing mix* dengan lingkungan internal dan lingkungan eksternal usaha. Kemampuan adaptasi manajemen pemasaran baik dengan lingkungan internal dan eksternalnya akan membawa pelaku usaha memenangkan persaingan dan terus memimpin pasar.

Pemasaran sebagai fungsi organisasi dan sebagai seperangkat prosedur untuk menghasilkan, menyebarluaskan, dan memberikan nilai kepada pelanggan serta mengelola hubungan klien dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan dan pemangku kepentingannya (Kotler dan Keller, 2016). Pemasaran merupakan penyampaian kebutuhan-kebutuhan hidup individu. Hal ini berkaitan dengan mengidentifikasi apa yang diinginkan oleh pelanggan, kemudian merencanakan dan mengembangkan produk maupun jasa untuk memuaskan kebutuhan serta bagaimana penetapan harga, promosi, saluran distribusi yang tepat. Tujuan sebuah bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang menekankan pada dua aspek yaitu mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan mengelola bisnis untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Joshi, 2012).

Para pelaku UMKM banyak yang belum memahami fungsi bauran pemasaran dalam meningkatkan keberhasilan UMKM mereka. Pelaku UMKM hanya mengandalkan penjualan produk saja tanpa meningkatkan promosi, memperhatikan lokasi dan harga yang bersaing dengan pesaing. Penelitian Aprilia dan Melati (2021) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan bauran pemasaran terhadap keberhasilan UMKM, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Daud dan Edrisy (2021) bauran pemasaran berpengaruh negatif terhadap keberhasilan UMKM. Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Modal, Penggunaan Informasi Akuntansi, Karakteristik Wirausaha Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keberhasilan UMKM Di Kabupaten Kudus”**.

## **1.2. Ruang Lingkup**

Terkait dengan luasnya lingkup permasalahan dan waktu juga untuk mempermudah penulisan penelitian ini agar lebih terarah serta dapat berjalan dengan baik, diperlukan adanya ruang lingkup batasan dalam penelitian. Sehingga ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen yang digunakan adalah variabel modal, penggunaan informasi akuntansi, karakteristik wirausaha, bauran pemasaran, sedangkan variabel dependen adalah keberhasilan UMKM.
2. Objek yang akan diteliti adalah UMKM di Kabupaten Kudus.
3. Responden yang akan diteliti adalah pelaku UMKM di Kabupaten Kudus



4. Penelitian ini dilakukan bulan Juni sampai Agustus 2023.

### **1.3. Perumusan Masalah**

Berdasarkan data diatas menunjukkan jumlah UMKM di Kabupaten Kudus mengalami peningkatan dari tahun 2021 sebanyak 17.182 pelaku usaha meningkat signifikan di tahun 2022 sebanyak 27.200 pelaku UMKM. Fenomena yang terjadi pada pelaku UMKM di Kabupaten Kudus ialah pada umumnya sebagian besar UMKM mengalami kendala di permodalan karena keterbatasan akses peminjaman modal yang disebabkan banyak UMKM yang belum memiliki perijinan. Disamping itu juga rata-rata sebagian besar pelaku UMKM juga tidak memahami mengenai informasi akuntansi dan bauran pemasaran dengan baik dan benar. Karakteristik pelaku UMKM yang masih perlu dikembangkan dalam melihat lingkungan internal dan eksternal dari usaha UMKM yang dimiliki

Berdasarkan latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah modal berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di Kabupaten Kudus?
2. Apakah penggunaan informasi akuntansi berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di Kabupaten Kudus?
3. Apakah karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di Kabupaten Kudus?
4. Apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di Kabupaten Kudus?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh modal terhadap keberhasilan UMKM di Kabupaten Kudus.
2. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan UMKM di Kabupaten Kudus.
3. Untuk menganalisis pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan UMKM di Kabupaten Kudus.
4. Untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keberhasilan UMKM di Kabupaten Kudus.

#### **1.5. Kegunaan Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk :

1. Manfaat teoritis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memperkuat penelitian sebelumnya mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi keberhasilan UMKM dan menambah perangkat teoritis di bidang pendidikan.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi institusi pendidikan (universitas)

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi Keberhasilan UMKM.

b. Bagi perusahaan

Memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam keberhasilan UMKM ditinjau dari modal, penggunaan informasi akuntansi, karakteristik wirausaha dan bauran pemasaran.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman atau referensi untuk penelitian berikutnya yang sejenis.

