

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Hal yang sangat penting bagi negara merupakan pertumbuhan ekonomi. Adanya pertumbuhan ekonomi menyebabkan berubahnya kondisi ekonomi suatu negara setiap waktunya yang terjadi secara berkesinambungan menuju arah yang lebih baik (Suryantini dan Sulindawati, 2020). UMKM sudah banyak dijumpai dilingkungan sekitar kita, dan semakin tahun semakin meningkat. UMKM telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat karena dianggap sebagai bisnis yang paling mudah diakses oleh pelanggan dan didukung oleh ide-ide baru yang lebih menarik dan kreatif dari para pelaku UMKM. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah UMKM adalah salah satu sektor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi bagi negara, termasuk di Indonesia. UMKM adalah sumber mata pencaharian untuk banyak orang yang mampu menyediakan lapangan pekerjaan untuk individu yang memiliki latar belakang pendidikan rendah dan tidak memiliki keterampilan sehingga mampu mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan (Setiyawati dan Hermawan, 2018).

Di Indonesia UMKM memiliki kapasitas yang signifikan dalam perekonomian nasional dalam hal menciptakan lapangan kerja, mendukung kebutuhan ekonomi, serta menyediakan berbagai kebutuhan pokok dengan harga wajar kepada masyarakat. UMKM juga dapat menjadi peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja di Indonesia, bagi orang yang membutuhkan

pekerjaan seperti di zaman globalisasi seperti saat ini (Setiyawati dan Hermawan, 2018). Pelaku UMKM setiap tahunnya mengalami perkembangan salah satunya di Kabupaten Kudus, UMKM menjual berbagai macam produk seperti : Peralatan Elektronik, Pakaian, Keperluan Rumah Tangga, Alat Tulis, Sayuran, Buah-buahan, bahkan makanan yang sudah siap saji. Namun, persaingan perdagangan saat ini sangat ketat dimana pelaku usaha di tuntut untuk kreatif dan inovatif dalam membuat strategi baru untuk mengembangkan usahanya. Banyak pelaku UMKM yang berinovasi untuk menjual dagangannya melalui media elektronik. Saat ini, tersedia berbagai *platform* digital media sosial yang dapat digunakan secara gratis dan tidak memerlukan keahlian khusus dalam menafoatkannya seperti instagram, Whatsapp, Facebook, dan sebagainya. Selain itu ada pula berbagai *marketplace* yang dapat dimanfaatkan UMKM seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Grab *Food* dan lainnya (Zahro dkk., 2022).

Tabel 1.1

Data UMKM Terdaftar di Kabupaten Kudus Tahun 2018-2022

Klasifikasi	Tahun				
	2018	2019	2020	2021	2022
Total	14.600	15.095	15.984	17.182	17.676

Sumber : Dinas Tenaga Kerja, Perindustrian, Koperasi dan UMKM Kabupaten Kudus 2023

Kabupaten Kudus merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang dapat mempergunakan hal otonomi daerah dengan maksimal, salah satunya mengembangkan potensi masyarakatnya. Secara geografis, letak Kabupaten Kudus cukup strategis, karena berada di jalur perlintasan ekonomi antar provinsi sehingga menjadikan kota ini sebagai sentra perdagangan nasional yang memiliki mobilitas tinggi (Putra, 2019). Provinsi Jawa Tengah juga menerapkan kebijakan pengembangan wilayah melalui pusat pertumbuhan sesuai dengan Perda No. 6 Tahun 2009-2029 menetapkan kawasan strategis. Kabupaten Kudus tergabung dalam kawasan strategis wanarakuti yang terdiri dari Kabupaten Jepara, Kabupaten Kudus, Kabupaten Pati, Kabupaten Rembang, dan Kabupaten Blora, kawasan ini berpusat pada Kabupaten Kudus (Putra, 2019). Berdasarkan tabel di atas jumlah UMKM di Kabupaten Kudus mengalami peningkatan setiap tahunnya namun dengan adanya peningkatan jumlah UMKM di Kabupaten Kudus membawa dampak bagi pelaku UMKM yaitu penurunan penjualan.

Tabel 1.2
Data Hasil Survei Penurunan Penjualan Oleh Pelaku UMKM Akibat Dampak Covid 19

Keterangan	Responden	Penurunan Penjualan
Usaha Mikro	54,98%	49,01%
Ultra Mikro	33,02%	43,3%
Usaha Kecil	8,1%	40%
Usaha Menengah	3,89%	45,83%

Sumber: Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), 2022

Secara keseluruhan, tabel 1.2 menunjukkan bahwa UMKM mengalami penurunan penjualan yang tajam dari tahun 2021-2022. Jika penurunan penjualan ini terus berlanjut, maka akan berakibat pada tutupnya UMKM tersebut, karena UMKM tersebut tidak mampu menutupi biaya yang dikeluarkan. Kondisi ini menunjukkan kinerja UMKM di Kabupaten Kudus masih belum baik, sehingga masih perlu dilakukan evaluasi terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Kudus (Silfia dan Utami, 2022). Kinerja juga menjadi faktor yang harus diperhatikan dalam mengembangkan UMKM, karena salah satu aspek yang berperan penting dalam pengembangan UMKM adalah kinerja. Kinerja UMKM dianggap sebagai salah satu tolak ukur dalam mencapai tujuan bisnis. Peningkatan kinerja akan membawa pertumbuhan perusahaan untuk bertahan dalam persaingan usaha. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, perusahaan harus memiliki kinerja yang baik untuk mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya dengan maksimal untuk tujuan perusahaan (Wahyuni dkk., 2021). Penelitian ini membahas tentang faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM.

Pada penelitian ini akan membahas mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM dalam penelitian ini meliputi *e-commerce*, pengetahuan akuntansi, budaya organisasi, pemahaman informasi keuangan, dan *mindset entrepreneur*. Faktor pertama yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM yaitu *e-commerce*. *E-Commerce* adalah suatu kegiatan transaksi jual beli secara elektronik yang dilakukan menggunakan jaringan internet (Hermiati dkk. 2021). *E-commerce* memberikan manfaat dalam proses pemasaran produk UMKM. Adanya *e-*

commerce pelaku UMKM dapat mengembangkan, memperluas, dan meningkatkan pangsa pasar serta meningkatkan penjualan (Farida dkk. 2019). Hasil penelitian Setiawati dkk (2021) serta Herzallah dan Mukhtar (2019) menunjukkan hasil penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM karena dengan adanya penjualan *online* melalui media elektronik dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Triandra dkk (2019) yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM karena tidak optimalnya penggunaan *e-commerce* dalam berusaha.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM yaitu Pengetahuan Akuntansi. Pengetahuan akuntansi adalah kebenaran informasi mengenai pengelompokkan, dan pencatatan perihal kejadian ekonomi sebagai pengambilan keputusan (Setiawati dkk. 2021). Manfaat dari pengetahuan akuntansi untuk mengetahui total modal yang dimiliki UMKM dan mengetahui perkembangan UMKM (Abdillah dkk. 2019). Hasil penelitian Setiawati dkk (2021) serta Abdillah dkk (2019) menunjukkan hasil penggunaan pengetahuan akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM karena dengan adanya pengetahuan akuntansi pelaku UMKM akan lebih mudah untuk mengelompokkan dan mengelola keuangan dengan baik serta dapat mengetahui apakah kinerja usahanya dijalankan sesuai dengan harapan atau tidak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sovia (2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM karena masih banyak

pelaku UMKM yang tidak memahami pengetahuan akuntansi dan tidak melakukan pembukuan keuangan dalam usahanya.

Faktor ketiga yang mempengaruhi Kinerja UMKM yaitu budaya organisasi. Budaya organisasi adalah sebuah nilai organisasi yang menjadi acuan yang harus dipatuhi seluruh anggota dan berlatih menjalankan tugasnya dengan maksimal sesuai dengan ketentuan aturan dalam organisasi tersebut (Setiawati dkk 2021). Manfaat dari budaya organisasi adalah mempermudah pada saat koordinasi atau memudahkan dalam berkomunikasi antar anggota (Susanto, 2019). Budaya organisasi dapat membantu kinerja UMKM karena menciptakan suatu tingkat motivasi yang luar biasa untuk memberikan kemampuan terbaiknya untuk UMKM (Susanto, 2019). Hasil penelitian Setiawati dkk (2021) serta Susanto (2019) menunjukkan hasil penggunaan budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM karena dengan adanya budaya organisasi pelaku UMKM akan lebih mudah dalam berkomunikasi, mengatur dan meningkatkan motivasi kinerja UMKM tersebut. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustin (2020) yang menyatakan bahwa budaya organisasi berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM karena budaya organisasi saat ini tidak diterapkan oleh pelaku UMKM sehingga para pelaku UMKM tidak dapat merasakan adanya budaya organisasi.

Faktor keempat yang mempengaruhi Kinerja UMKM yaitu Pemahaman informasi keuangan. Pemahaman informasi keuangan adalah suatu usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menjalankan usahanya dalam penyusunan laporan keuangan (Ramanti dan

Saharsini, 2022). Pemahaman informasi keuangan memberikan manfaat untuk mempermudah pelaku usaha dalam penyusunan pembukuan laporan keuangannya, keuangan dapat dikatakan sehat jika selama menjalankan usahanya pelaku UMKM dapat mengelola keuangannya dengan baik dan benar (Ramanti dan Saharsini, 2022). Hasil penelitian Ramanti dan Saharsini (2022) pemahaman informasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM karena dengan adanya pemahaman informasi keuangan penyusunan pembukuan laporan keuangan akan lebih baik serta pelaku usaha dapat mengambil membandingkan hasil penjualan saat ini dan sebelumnya. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Silvia dkk (2022) yang menyatakan bahwa pemahaman informasi keuangan berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM karena kurang maksimalnya para pelaku UMKM dalam menerapkan pemahaman informasi keuangan.

Faktor kelima yang mempengaruhi Kinerja UMKM yaitu *mindset entrepreneur*. *Mindset Entrepreneur* adalah kemampuan pelaku UMKM untuk melakukan tindakan secara kreatif dan inovatif dengan merubah sebuah peluang menjadi kenyataan (Ramanti dan Saharsini, 2022). *Mindset Entrepreneur* memberikan manfaat terhadap kreatifitas pelaku UMKM sehingga dapat menarik konsumen untuk membelinya dan meningkatkan penjualannya (Wijoyo dan Nyanasuryanadi, 2020). Hasil penelitian Ramanti dan Saharsini (2022) *mindset entrepreneur* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM karena adanya *mindset entrepreneur* dapat mempertahankan daya saing dalam menjalankan sebuah usaha untuk membuat inovasi baru dalam menciptakan peluang usaha yang

menguntungkan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah (2020) yang menyatakan bahwa *mindset entrepreneur* berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM karena masih banyak pelaku UMKM yang tidak memiliki ide kreatif dan tidak mau mengubah pola pikir untuk persaingan perdagangannya.

Berdasarkan adanya perbedaan hasil penelitian beberapa faktor yang mempengaruhi Kinerja UMKM yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Kinerja UMKM. Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Setiawati dan Diana (2021). Terdapat dua perbedaan dalam penelitian ini dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan Setiawati dan Diana (2021). Perbedaan pertama pada penelitian ini adalah adanya penambahan dua variabel yaitu pemahaman informasi keuangan dan *mindset entrepreneur*. Pemahaman informasi keuangan merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh pengusaha untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menjalankan usahanya, sehingga mempermudah pengusaha dalam penyusunan pembukuan laporan keuangan. Alasan penambahan variabel pemahaman informasi keuangan karena pemahaman informasi keuangan yang baik akan menunjang kemampuan pelaku UMKM dalam mengatur dan mengendalikan keuangan usahanya sehingga berpengaruh terhadap kinerja UMKM yang semakin baik (Ramanti dan Saharsini, 2022).

Penambahan variabel independen yang kedua yaitu *mindset entrepreneur*, *mindset entrepreneur* merupakan cara berpikir pengusaha dalam menjalankan usahanya, dengan menciptakan kreativitas atau inovasi produk baru sehingga

menarik perhatian pembeli dan meningkatkan pembeli. Alasan penambahan variabel *mindset entrepreneur* karena semakin besar ide kreatif pengusaha maka semakin banyak pembeli yang tertarik sehingga jumlah pembeli dan penjualan akan meningkat yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM karena kinerja UMKM bekerja dengan baik (Ramanti dan Saharsini, 2022). Perbedaan kedua pada penelitian ini adalah pada tempat penelitian. Penelitian yang dilakukan Setiawati dan Diana (2021) dilaksanakan di Kota Malang sedangkan penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Kudus. Penelitian memilih Kabupaten Kudus karena Kabupaten Kudus letaknya cukup strategis, karena berada di jalur perlintasan ekonomi antar provinsi sehingga menjadikan Kabupaten Kudus sebagai sentra perdagangan nasional yang memiliki mobilitas tinggi (Putra, 2019). Selain itu Provinsi Jawa Tengah juga menerapkan kebijakan pengembangan wilayah melalui pusat pertumbuhan sesuai dengan Perda No. 6 Tahun 2009-2029 yang menetapkan kawasan kawasan strategis. Kabupaten Kudus tergabung dalam kawasan strategis wanarakuti yang terdiri dari Kabupaten Jepara, Kabupaten Kudus, Kabupaten Pati, Kabupaten Rembang, dan Kabupaten Blora, dan kawasan ini berpusat pada Kabupaten Kudus (Putra, 2019). Oleh karena itu peneliti tertarik mengambil judul penelitian yaitu **“Pengaruh *E-Commerce*, Pengetahuan Akuntansi, Budaya Organisasi, Pemahaman Informasi Keuangan dan *Mindset Entrepreneur* Terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Kudus”**.

1.2 Ruang Lingkup

Adapun Ruang Lingkup permasalahan ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
 - a. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Kinerja UMKM
 - b. Variabel Independen adalah *E-Commerce*, Pengetahuan Akuntansi, Budaya Organisasi, Pemahaman Informasi Keuangan, *Mindset Entrepreneur*
2. Objek dari penelitian ini adalah UMKM di Kabupaten Kudus
3. Responden dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kabupaten Kudus
4. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2023

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, Kabupaten Kudus memiliki permasalahan utama yaitu UMKM mengalami penurunan penjualan yang tajam. Jika penurunan penjualan ini terus berlanjut, maka akan berakibat pada tutupnya UMKM, karena UMKM tersebut tidak mampu menutupi biaya yang telah dikeluarkan. Kondisi ini menunjukkan kinerja UMKM di Kabupaten Kudus masih belum baik, sehingga masih perlu dilakukan evaluasi terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Kudus (Silfia dan Utami, 2021). Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti merumuskan beberapa pertanyaan penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM ?
2. Apakah pengetahuan akuntansi berpengaruh terhadap kinerja UMKM ?
3. Apakah budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM ?
4. Apakah pemahaman informasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM ?
5. Apakah *mindset entrepreneur* berpengaruh terhadap kinerja UMKM

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang hendak dicapai sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh *E-Commerce* terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Kudus
2. Menganalisis pengaruh Pengetahuan Akuntansi terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Kudus
3. Menganalisis pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Kudus
4. Menganalisis pengaruh Pemahaman Informasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Kudus
5. Menganalisis pengaruh *Mindset Entrepreneur* terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Kudus

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi Akademis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai Pengaruh *E-Commerce*, Pengetahuan Akuntansi, Budaya Organisasi, Pemahaman Informasi Keuangan, Dan *Mindset Entrepreneur* terhadap Kinerja UMKM.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai salah satu cara latihan pengembangan kemampuan dan penerapan teori yang didapatkan pada saat perkuliahan.

3. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan *E-Commerce*, Pengetahuan Akuntansi, Budaya Organisasi, Pemahaman Informasi Keuangan, dan *Mindset Entrepreneur* untuk Kinerja Perusahaan.