

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Landasan Teori

##### 2.1.1. *Resource Based View Theory (RBV)*

Teori *Resource Based View* dicetuskan oleh Barney pada tahun 1991 yang membahas mengenai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dan bagaimana perusahaan tersebut dapat mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Teori ini menggambarkan bahwa untuk meningkatkan keberhasilan usaha berskala kecil dan daya saingnya para pengusaha dituntut untuk mengembangkan sumber daya secara superior, yang tidak transparan, sukar ditiru, inovatif dan memiliki strategi harga yang baik serta memiliki daya saing jangka panjang yang kuat dan melebihi tuntutan masa kini di pasar dan situasi eksternal yang bergejolak (Julito, 2021).

Teori ini dinilai potensial dalam mencapai keberhasilan usaha sehingga dapat untuk mengembangkan usaha. Teori strategi berbasis sumber daya dinilai sangat relevan bila diterapkan dalam pembangunan dan pengembangan perusahaan kecil di Indonesia. Perhatian utama harus diletakkan pada keunggulan daya saing untuk menciptakan nilai tambah yang tinggi melalui potensi sumber daya alam (lokal) yang ada dan kapabilitas sumber daya manusia yang dibekali ilmu pengetahuan dan keterampilan yang tinggi. Menurut teori ini, sumber daya perusahaan berupa tanah, teknologi, tenaga kerja (termasuk kapabilitas dan pengetahuan), modal dan pola organisasi administrasi dikelola secara maksimal untuk memperoleh keuntungan terus-menerus dari persaingan (Istinganah, 2020).

Untuk menerapkan strategi suatu perusahaan harus memiliki wawasan terkait peluang mengenai penerapan strategi yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain.

Perusahaan yang memiliki sumber daya bernilai apabila sumber daya yang digunakan dapat menghasilkan keefektifan dan keefesienan pada perusahaan tersebut. Berdasarkan *resource based view theory* dapat disimpulkan bahwa sumber daya yang unggul yang dimiliki oleh perusahaan baik internal maupun eksternal akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Setiyawan, 2020).

Keberlangsungan usaha dapat ditentukan ketika pelaku UMKM memiliki modal yang cukup untuk membangun suatu usaha. Apabila dikaitkan dengan teori RBV, modal usaha mampu mempengaruhi keberlangsungan suatu UMKM karena teori RBV menjelaskan bahwa modal usaha merupakan sumber daya internal perusahaan yang mempunyai potensi dan *value* dalam mendukung keberlangsungan UMKM. Selain itu, keberlangsungan usaha dapat ditentukan dengan wawasan dan pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Pendidikan yang memadai mengindikasikan bahwa pelaku UMKM memiliki pengetahuan dan wawasan yang tinggi. Jika dihubungkan dengan teori ini maka tingkat pendidikan merupakan sumber internal yang dapat mendukung produktivitas sehingga berpengaruh dalam meningkatkan kinerja usaha.

Untuk meningkatkan kinerja suatu usaha maka diperlukan sumber daya manusia yang memadai. Dikaitkan dengan teori RBV maka SDM mampu mempengaruhi kinerja usaha karena teori ini menjelaskan bahwa SDM merupakan sumber daya internal perusahaan yang memiliki *value* yang sangat

tinggi dalam meningkatkan kinerja usaha. Pelaku Usaha harus memiliki SDM yang memadai agar dapat memudahkan dalam mengembangkan suatu usaha. Faktor lain yang dapat meningkatkan kinerja adalah penerapan SIA. Penerapan SIA yang baik dapat membantu pelaku usaha dalam pengambilan keputusan. Jika dikaitkan dengan teori ini maka SIA mampu meningkatkan kinerja usaha karena teori ini menjelaskan bahwa SIA merupakan sumber daya internal perusahaan yang penting dalam mendukung keberhasilan suatu usaha, agar mampu *survive* diberbagai kondisi dan situasi. Pelaku UMKM harus mempunyai laporan keuangan yang baik dan benar agar memudahkan pelaku usaha dalam pengambilan keputusan. Dengan demikian, akan menghasilkan keefektifan dan keefisienan pada UMKM. Selain itu, sumber daya yang dapat mempengaruhi kinerja usaha adalah pemasaran dengan menggunakan teknologi (*digital marketing*). Jika dikaitkan dengan teori ini *digital marketing* merupakan sumber daya yang bernilai dan berpotensi, ini dikarenakan apabila pelaku UMKM mampu memasarkan produknya dengan menggunakan media sosial maka dapat meningkatkan penjualan. Penjualan yang tinggi mengindikasikan bahwa suatu usaha memiliki kinerja yang baik.

### **2.1.2. Tinjauan Pustaka**

#### **2.2.1. Kinerja UMKM**

Kinerja didefinisikan sebagai performance dalam pencapaian atau prestasi dari perusahaan dari waktu ke waktu. Setiap usaha mempunyai tujuan yang ingin dicapai untuk keberhasilan usaha. Untuk mencapai tujuan tersebut tentu saja harus melewati proses yang panjang. Kinerja dapat diukur dengan tingkat

penjualan, tingkat keuntungan, dan pengembalian modal. Kinerja usaha merupakan tingkat pencapaian atau tingkat keberhasilan seorang pelaku usaha dalam periode tertentu. Kontribusi yang diberikan oleh karyawan kepada perusahaan dapat mempengaruhi kinerja usaha. Kinerja merupakan prestasi yang telah dicapai oleh suatu organisasi bisnis yang dapat dilihat dari hasilnya (Yanti, 2018).

Berdasarkan dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan hasil pencapaian atau prestasi seseorang dalam menjalankan tugasnya dengan bersungguh-sungguh dan mempunyai tujuan yang ingin dicapai untuk keberlangsungan usahanya (Yanti, 2018). Usaha Mikro Kecil Menengah atau yang biasa disebut dengan UMKM didefinisikan sebagai suatu usaha yang dikelola oleh orang atau badan usaha tertentu dan memiliki kriteria yang sudah ditetapkan sesuai dengan Undang-Undang No.20 Tahun 2008(OJK, 2008). Pada pasal 1 Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang UMKM menjelaskan mengenai kriteria yang mendefinisikan UMKM sebagai berikut:

1. Usaha mikro merupakan usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh orang atau badan usaha yang memenuhi kriteria yang sudah diatur dalam Undang-Undang ini
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah ataupun usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil yang dimaksud dalam Undang-Undang

ini.

3. Usaha menengah merupakan usaha ekonomi yang dilakukan oleh orang atau badan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil dan usaha besar. Jumlah kekayaan bersih diatur dalam Undang-Undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan memiliki kekayaan bersih lebih besar dari usaha menengah yang meliputi usaha nasional milik negara/swasta, usaha patungan dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Selanjutnya, pada pasal 6 Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 menyebutkan beberapa kriteria mengenai pengelompokan UMKM sebagai berikut :

1. Kriteria Usaha Mikro, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak sebesar Rp.300.000.000,00
2. Usaha kecil, memiliki kekayaan bersih sebesar Rp.50.000.000,00 – Rp.500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan serta memiliki hasil penjualan tahunan sebesar Rp.300.000.000,00 – Rp.2,500.000.000,00
3. Kriteria usaha menengah, memiliki kekayaan bersih Rp.500.000.000,00 – Rp.10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan serta memiliki hasil penjualan tahunan Rp.2.500.000.000,00 – Rp.50.000.000.000.

Berdasarkan definisi dan kriteria yang telah disebutkan dalam Undang-Undang No.20 Tahun 2008, dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan

usaha yang memiliki kriteria sesuai dengan UU No.20 Tahun 2008.

### **2.2.2. Modal Usaha**

Modal usaha merupakan semua kekayaan yang dimiliki oleh seseorang baik dalam bentuk barang maupun uang yang digunakan untuk memperoleh keuntungan dengan cara memproduksi sesuatu. Pemilik dapat menggunakan modal ini untuk menjalankan usahanya agar usaha tersebut dapat berkembang dengan baik (Istinganah dan Widyanto, 2020). Modal yang digunakan dalam sehari-hari untuk keperluan usaha dagang dikenal dengan modal lancar. Modal ini sering digunakan untuk kebutuhan sehari-hari seperti membeli barang dagangan, pembayaran upah serta pembayaran lainnya yang terjadi secara terus menerus dalam kegiatan jual beli. Modal dalam sebuah usaha sangatlah diperlukan, karena dengan adanya modal dan pengelolaan yang dilakukan secara optimal, usaha yang dijalankan akan berjalan dengan lancar. Modal merupakan faktor penting yang berperan dalam sebuah proses produksi. Hal ini dikarenakan modal digunakan ketika pelaku usaha hendak mendirikan usahanya atau untuk memperluas usahanya. Tanpa adanya modal yang cukup akan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan ataupun kelancaran sebuah usaha.

Terdapat 2 jenis modal menurut Istinganah dan Widiyanto (2020) yaitu:

1. Modal sendiri yaitu modal yang diperoleh dari pemilik usaha. Terdapat keuntungan dan kerugian dalam menggunakan modal sendiri. Keuntungan dalam menggunakan modal sendiri yaitu tidak terdapat biaya bunga dan tidak ada kewajiban untuk mengembalikan modal yang telah digunakan karena modal yang digunakan adalah modal sendiri. Untuk kerugian dalam menggunakan modal sendiri adalah jumlah modal yang sangat terbatas dan relatif sulit untuk memperolehnya.

2. Modal asing atau modal kreditur yaitu modal yang berasal kreditur atau pinjaman. Jika menggunakan modal pinjaman akan menyebabkan pengeluaran pembiayaan seperti beban biaya bunga, biaya administrasi selain itu dengan menggunakan modal pinjaman pemilik usaha akan mempunyai kewajiban dalam mengembalikan pinjaman tersebut setelah jangka waktu yang ditentukan

### **2.2.3. Tingkat Pendidikan**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional menyatakan bahwa pendidikan merupakan usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Jenjang pendidikan merupakan tahapan yang ditetapkan sesuai dengan perkembangan peserta didik, tujuan yang dicapai dan kemampuan yang dikembangkan.

Pendidikan merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam hal membina kepribadian, mengembangkan kemampuan, sikap serta tingkah laku yang dimilikinya. Salah satu bekal seseorang untuk menjalani kehidupannya adalah pendidikan (Istinganah dan Widyanto, 2020). Pendidikan selalu mempunyai keterkaitan erat dengan perkembangan manusia seperti perkembangan fisik, keterampilan, pikiran, sampai dengan perkembangan iman. Melalui perkembangan yang dialami ini dapat mengacu kepada manusia untuk

menjadi sempurna (Devi dkk, 2017). Tingkat pendidikan merupakan tingkat pendidikan yang ditempuh oleh seorang pelaku UMKM. Tingkat pendidikan mencakup SD, SMP sederajat, SMA sederajat, diploma, sarjana, magister, doktor, serta spesialis. Tingkat pendidikan seseorang memiliki peran penting dalam menghadapi tantangan global (Sulistiyawati, 2020). Tingkat pendidikan terakhir yang ditempuh pelaku usaha dapat mempengaruhi pengetahuan, wawasan, pengalaman serta keterampilan dalam menjalankan usahanya. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditempuh oleh pelaku usaha maka semakin baik ia dalam menjalankan usahanya.

#### **2.2.4. Kompetensi Sumber Daya Manusia**

Kompetensi adalah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang dan memiliki tujuan dalam pencapaian kinerja yang baik dan memuaskan dalam pelaksanaan pekerjaannya. Kompetensi yang dimiliki oleh seseorang dapat memprediksi tingkat kinerjanya dalam bekerja. Kompetensi ini dapat berupa pengetahuan, sifat, dan keahlian yang bisa diperoleh melalui pendidikan maupun pelatihan (Rusdi, 2016). Kompetensi adalah kemampuan seseorang dalam menjalankan tugas atau pekerjaan yang menjadi tanggungjawabnya dan dilandasi oleh pengetahuan, skill, serta didukung oleh sikap yang menjadi karakteristik individu (Safa'ah, 2019).

Berangkat dari definisi-definisi yang ada dapat disimpulkan bahwa kompetensi adalah kemampuan seseorang yang didasari oleh pengetahuan, skill, dan sikap dalam melaksanakan pekerjaannya demi mencapai tujuan yang diinginkan. Sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor dalam penentu dari



sebuah organisasi, baik dalam institusi maupun perusahaan. SDM dinilai sebagai kunci penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan. SDM berupa manusia yang mampu bekerja dan berkontribusi untuk memberikan jasa atau usaha dalam pekerjaan tersebut. Mampu bekerja yang dimaksud yaitu dapat melakukan kegiatan yang memiliki nilai ekonomis seperti menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Maisarah, 2019). Perlunya kompetensi sumber daya manusia dalam suatu usaha digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan dan perkembangan usaha mikro kecil menengah. Kompetensi sumber daya manusia bukan hanya diperlukan untuk pemilik usaha tapi melainkan dengan tenaga kerjanya juga. Hal ini dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja UMKM. Sumber daya manusia yang memadai dapat memberikan ide-ide dan inovasi yang baru sehingga berdampak baik dalam mengembangkan usahanya (Pramaishella et al., 2018).

Menurut Ibeng, 2021 terdapat 5 karakteristik kompetensi yaitu:

1. Motif adalah seseorang yang memiliki pemikiran secara konsisten sehingga ia melakukan tindakan.
2. Sifat merupakan karakteristik atau watak seseorang dalam berperilaku atau merespon sesuatu dengan cara tertentu
3. Konsep diri merupakan sikap dan nilai yang dimiliki oleh seseorang untuk melakukan sesuatu. Percaya diri merupakan keyakinan seseorang bahwa mereka dapat efektif dalam setiap situasi adalah bagian dari konsep diri.
4. Pengetahuan adalah sesuatu yang dimiliki oleh seseorang berupa informasi dibidang tertentu.

5. Keterampilan merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk melaksanakan tugas tertentu baik secara fisik maupun mental.

#### **2.2.5. Penerapan Sistem Informasi Akuntansi**

Sistem (System) merupakan rangkaian dari komponen yang memiliki kaitan satu sama lain dan berinteraksi guna mencapai tujuan. Sistem sendiri terdiri dari subsistem yang lebih kecil guna mendukung sistem yang berukuran lebih besar (Romney dan Steinbart, 2019). Informasi merupakan data yang berhasil dikelola dan telah diproses guna memberikan dan memperbaiki dalam proses pengambilan keputusan. Akuntansi adalah dimana proses-proses seperti identifikasi, pengumpulan dan penyimpanan data dan pengembangan serta pengukuran dalam informasi. Sistem Informasi Akuntansi (SIA- Accounting Information System) didefinisikan sebagai alat penyedia dalam informasi. Untuk prosesnya sendiri SIA dapat mengumpulkan, menyimpan, memproses dan melaporkan data dan informasi yang diperoleh (Romney & Steinbart, 2019).

Menurut Romney dan Steinbert, 2019 terdapat 6 komponen SIA, yaitu:

1. Seseorang yang menggunakan sistem
2. Prosedur dan pengarahan yang dipakai untuk mengumpulkan, memproses serta menyimpan data
3. Data mengenai aktivitas bisnis
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam mengolah data
5. Infrastruktur teknologi, meliputi komputer dan perangkat jaringan komunikasi yang digunakan
6. Pengendalian internal dan pengukuran keamanan dalam menyimpan data

Penggunaan SIA yang diterapkan dengan baik dapat menambah nilai dalam suatu bisnis seperti meningkatkan kualitas dan mengurangi biaya produk, meningkatkan efisiensi dan efektivitas rantai pasokannya, meningkatkan struktur pengendalian internal, dan meningkatkan dalam pengambilan keputusan. SIA memiliki peran penting dalam membantu untuk mengadopsi dan mengelola posisistrategis dalam bisnis.

#### **2.2.6. Penggunaan Digital Marketing**

Seiring berjalannya waktu, dunia mengalami perkembangan teknologi yang sangat pesat. Hal ini menjadikan pelaku UMKM dituntut untuk mampu dalam menggunakan teknologi secara maksimal. Teknologi dinilai dapat menjadi faktor penting dalam produktivitas (Subagio dan SaraSwati, 2020). Pelaku usaha dapat menggunakan serta memanfaatkan teknologi dalam sebuah bisnis untuk bersaing melalui dengan cara menarik. Adanya teknologi yang dapat menarik banyak konsumen misalnya seperti pelayanan konsumen dengan menggunakan via aplikasi *online* yaitu *shopee*, *instagram*, *website* maupun via *whatsapp*.

Dunia bisnis sudah tidak asing dengan yang namanya *Digital Marketing* . *Digital Marketing* dapat membantu sebuah bisnis dalam mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki, selain itu *digital marketing* bisa membuka atau membuat pasar-pasar yang tutup karena keterbatasan dalam waktu, berkomunikasi ataupun jarak (Hendrawan dkk, 2019). Digital Marketing dapat diartikan sebagai kegiatan *marketing* termasuk branding yang menggunakan media berbasis web. *Digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang

dilakukan dengan menggunakan teknologi secara digital. Bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (*e-marketing*). *E-marketing* adalah kegiatan proses pemasaran yang menggunakan teknologi komunikasi elektronik, khususnya perkembangan teknologi digital serta mengembangkan rencana untuk lebih menarik konsumen (Febriyantoro dan Arisandi, 2018). Adanya *Digital Marketing* dapat menjangkau banyak konsumen untuk dapat berinteraksi dengan pelaku usaha tanpa harus tatap muka langsung tetapi pelaku bisnis harus menyediakan jaringan internet yang cukup dan memadai. Satu hal yang perlu dilakukan oleh pelaku usaha yaitu dapat memberikan kesan yang ramah dan baik untuk dapat menarik konsumen dalam membeli barang yang kita pasarkan. Pelayanan yang memadai dan ramah serta respon yang cepat akan memberikan dampak yang baik untuk usaha bisnis dalam meningkatkan efisiensi pemasaran dan penjualan serta memperbaiki kinerja bisnis (Ernawati, 2017).

Manfaat dalam penggunaan *Digital Marketing* bagi pelaku bisnis menurut Febriyantoro dan Arisandi (2018) yaitu:

1. Target dapat diatur sesuai demografi, domisili, gaya hidup serta kebiasaan
2. Hasil dapat dilihat dengan cepat sehingga pemasar bisa melakukan tindakan koreksi ataupun perubahan yang dirasa tidak sesuai
3. Biaya jauh lebih murah dari pada pemasaran konvensional
4. Jangkauan yang dimiliki lebih luas karena tidak terbatas geografis
5. Dapat diakses kapanpun tidak terbatas oleh waktu
6. Hasil dapat diukur, misal jumlah pengunjung situs, jumlah konsumen

Selain keunggulan, *digital marketing* memiliki kelemahan, diantaranya:

1. Dapat ditiru dengan mudah oleh pesaing
2. Dapat disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab
3. Reputasi pemilik menjadi tercemar ketika ada respon yang tidak baik
4. Belum semua orang menggunakan teknologi internet/digital.

### **2.3. Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkuat teori yang digunakan dalam melakukan penelitian. Dalam sub ini akan dijelaskan mengenai Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, Kompetensi Sumber Daya Manusia, Dan Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Serta Penggunaan *Digital Marketing* Terhadap Kinerja Umkm yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya.

**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Judul dan Tahun Penelitian</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Hasil</b>
1.	Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Inovasi terhadap kinerja UMKM Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat  Ismartaya  2021	X1: Modal  X2: Tingkat Pendidikan  Y: Kinerja UMKM	Hasil penelitian menunjukkan:  1. modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM  2. Tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM

No	Judul dan Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil
2.	<p>Peran Kolaborasi Bisnis dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Masa Pandemic Covid-19</p> <p>Anis Marjukah, Jarot Prasetyo dan Agung Setyabudi</p> <p>2021</p>	<p>X2 : Digital Marketing</p> <p>Y : Kinerja Umkm</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan:</p> <p>1. Digital Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM</p>
3.	<p>Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta</p> <p>Agung Slamet Prasetyo dan Lilik Ambarwati</p> <p>2021</p>	<p>X1 : Sistem Informasi Akuntansi</p> <p>Y: Kinerja UMKM</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan :</p> <p>1. Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM</p>

<b>No</b>	<b>Judul dan Tahun Penelitian</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Hasil</b>
4.	<p>Karakteristik wirausaha, modal usahadan kecanggihan teknologi terhadap kinerja UMKM dimasa pandemi covid-19</p> <p>Ahmad Mukoffi dan As Adi</p> <p>2021</p>	<p>X2: Modal Usaha</p> <p>Y: Kinerja UMKM</p>	<p>Hasil penelitian menunjukan:</p> <p>1. Modal usaha memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM</p>
5.	<p>Pengaruh E-commerce, budaya organisasi, penggunaan sistem informasi akuntansi dan literasi keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kota Magelang</p> <p>Savera Wahyuni, Wawan Sadtyo Nugroho, Anisa Hakim Purwantini, Siti Noor Khikmah</p> <p>2021</p>	<p>X2: Sistem informasi akuntansi</p> <p>Y: Kinerja UMKM</p>	<p>Hasil Penelitian Menunjukan:</p> <p>1. Sistem Informasi Akuntansi memiliki pengaruh negatif terhadap kinerja UMKM</p>



No	Judul dan Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil
6.	<p>Determinan Keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Bantul</p> <p>Sri widodo dan Afri Ovita</p> <p>2021</p>	<p>X1: Penggunaan Informasi Akuntansi</p> <p>X2: Modal</p> <p>Y: Keberhasilan UMKM</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan:</p> <p>1. penggunaan informasi akuntansi berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM</p> <p>2. Modal usaha berpengaruh negatif terhadap keberhasilan UMKM</p>
7.	<p>Pengaruh Kompetensi SDM, Kompetensi Wirausaha, Motivasi Berwirausaha dan Niat Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Kain Sasirangan Di Kotamadya Banjarmasin</p> <p>Meike Claudia dan Marijati Sangen</p> <p>2020</p>	<p>X1: Kompetensi SDM</p> <p>Y: Kinerja UMKM</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan:</p> <p>1. Kompetensi SDM berpengaruh secara negatif terhadap kinerja UMKM</p>

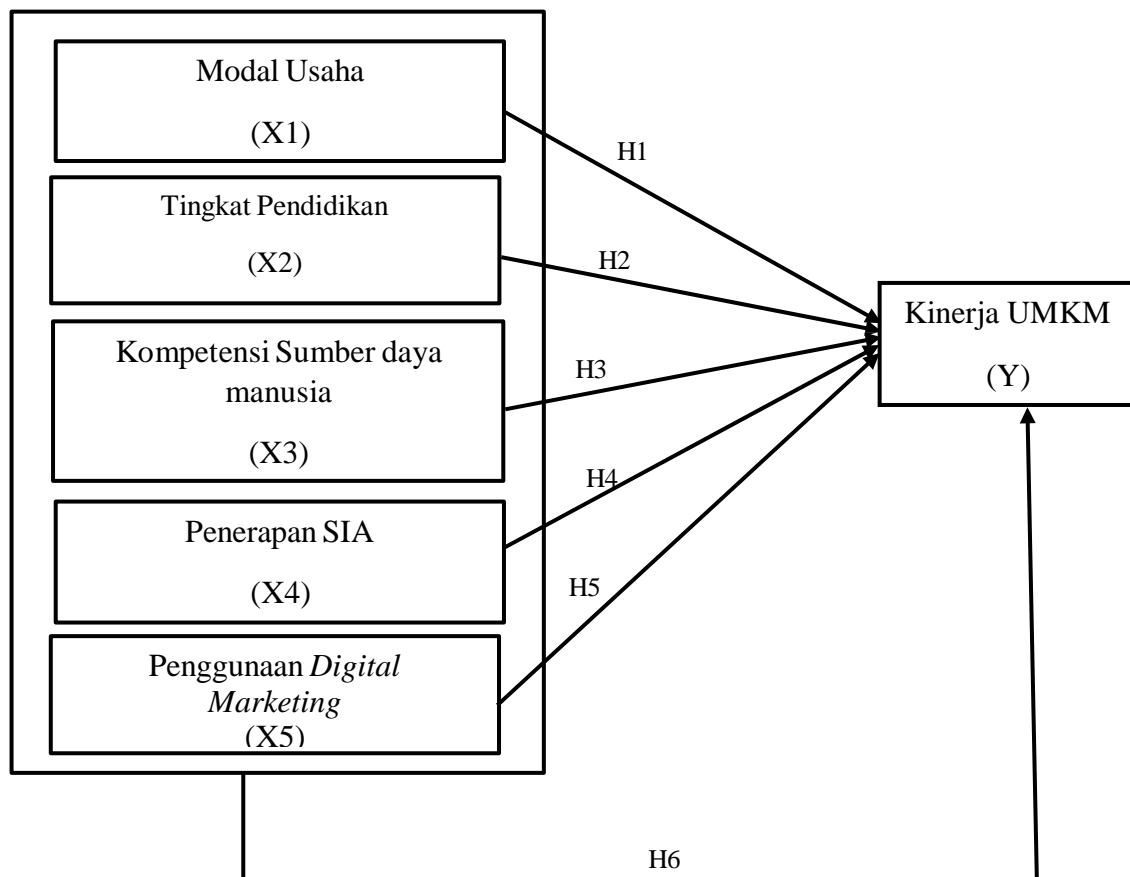
<b>No</b>	<b>Judul dan Tahun Penelitian</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Hasil</b>
8.	<p>Pengaruh Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Strategi Pemasaran dalam mengukur kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)</p> <p>Ni made Suindari dan Ni made Rai Juniariani 2020</p>	<p>X2: Kompetensi Sumber Daya Manusia</p> <p>Y: Kinerja UMKM</p>	<p>Hasil Penelitian Menunjukkan:</p> <p>1. Kompetensi Sumber Daya Manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap UMKM</p>
9.	<p>Pengaruh Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan dan Latar Belakang Pendidikan yang dimiliki oleh pelaku UMKM Terhadap Kinerja UMKM</p> <p>Riska Rostikawati dan Lilik Pirmaningsih 2019</p>	<p>X2: Latar belakang pendidikan</p> <p>Y: Kinerja UMKM</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan:</p> <p>1. Latar belakang pendidikan berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM</p>

No	Judul dan Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil
10.	Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Produk UMKM Asti di Kecamatan Bantasari Cilacap  Andi Hendrawan, Hari Sucahyowati, Kristian Cahyandi, Indrayani dan Aril Rayendra  2019	X1: Marketing Digital  Y: Kinerja UMKM	Hasil penelitian menunjukkan:  1. Marketing Digital memiliki pengaruh negatif terhadap Kinerja UMKM

#### 2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran didalam penelitian ini menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, Kompetensi Sumber Daya Manusia, Penerapan Sistem Informasi Akuntansi, dan Penggunaan *Digital Marketing* . Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja UMKM di Masa Pandemi. Adapun kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## 2.5. Perumusan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan hasil-hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 2.5.1. Pengaruh Modal Usaha Terhadap Kinerja UMKM di masa Pandemi

Modal usaha merupakan faktor penting dalam proses produksi. Modal diperlukan ketika seseorang ingin mendirikan perusahaan atau untuk memperluas usaha yang sudah ada sebelumnya (Istinganah dan Widiyanto, 2020). Tanpa adanya modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap

kelancaran usaha. Menurut teori *Resource Based View* menjelaskan bahwa modal usaha merupakan sumber daya yang berpotensi dan bernilai penting dalam suatu usaha. Semakin besar jumlah modal usaha yang digunakan dan semakin mudah untuk mendapatkan modal usaha akan mengakibatkan meningkatnya perkembangan usaha.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Istinganah dan Widiyanto (2020), Mukoffi dan Adi (2021), Abbas (2018) dan Trisnawati dkk (2019) menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Modal Usaha Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja UMKM dimasa Pandemi

### **2.5.2. Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi**

Pendidikan merupakan komponen penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Hal ini dikarenakan baik buruknya suatu generasi dapat dilihat dari segi pendidikannya (Safitri, 2018). Teori RBV menjelaskan bahwa wawasan dan pengetahuan merupakan sumber daya perusahaan yang berpotensi tinggi. Wawasan yang cukup diindikasikan bahwa pelaku UMKM memiliki tingkat pendidikan yang tinggi. Tingginya tingkat pendidikan yang ditempuh oleh pelaku usaha akan dapat meningkatkan pemahaman mengenai suatu pengetahuan tentang pekerjaan hal tersebut dapat memajukan usaha maupun meningkatkan produktivitas. Dengan tingkat pendidikan yang tinggi akan dapat mempengaruhi seseorang dalam menciptakan dan menghasilkan produk yang berkualitas. Tingkat pendidikan tinggi yang dimiliki oleh pelaku usaha dapat

digunakan sebagai modal untuk mengarahkan dan membina tenaga kerja mereka agar dapat mengelola kegiatan usaha dengan baik, sehingga mampu meningkatkan produktivitas dan akan berdampak pada peningkatan kinerja usahanya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ismartaya (2021), Wulandari dkk (2021) dan Mudjiarto (2020) menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Tingkat Pendidikan Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja UMKM dimasa Pandemi

### **2.5.3. Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja UMKM dimasa Pandemi**

Kompetensi SDM dalam diri seseorang bisa digunakan untuk menilai dan memprediksi tingkat kinerja suatu usaha. Kompetensi SDM sendiri merupakan kemampuan yang berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, dan karakteri seseorang yang berpengaruh secara langsung terhadap kinerjanya (Muthoharoh, 2021). Berhubungan dengan Teori RBV yang mengatakan bahwa SDM merupakan komponen yang memiliki nilai dan potensi yang tinggi dalam meningkatkan kinerja usaha. Kompetensi SDM dapat mendukung peningkatan kinerja pelaku usaha dan memberikan kontribusi dalam menentukan masa depan suatu usaha Dengan memiliki kompetensi SDM yang baik maka kinerja yang dihasilkan juga akan baik sehingga akan mudah dalam mencapai keberhasilan

dalam suatu organisasi. Kompetensi SDM dapat menjadi penentu jalan kinerja UMKM. Hal ini dikarenakan sebuah usaha yang ditentukan oleh bagaimana individu yang terlibat dalam menjalankan bisnis tersebut. Kualitas SDM yang diperlukan dalam berwirausaha meliputi knowledge, skill dan ability.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhtoharoh (2021), Claudia dan Sangen (2020), dan Made dkk (2020) menyatakan bahwa Kompetensi SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM. Dari uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Kompetensi Sumber Daya Manusia berpengaruh Positif terhadap Kinerja UMKM dimasa pandemi

#### **2.5.4. Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM dimasa Pandemi**

Penerapan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) dapat dikatakan sebagai bentuk dalam pemanfaatan atas catatan akuntansi yang telah disusun secara sistematis yang bertujuan untuk pengambilan keputusan dalam dunia bisnis. Berkaitain dengan Teori RBV yang menjelaskan mengenai SIA yang merupakan sumber daya yang berpengaruh dan berpotensi serta bernilai tinggi dalam meningkatkan kinerja suatu usaha. Hal ini dikarenakan SIA akan mempermudah pelaku usaha dalam mencatat transaksi akuntansi dan dibutuhkan dalam pengambilan keputusan. Penerapan SIA akan sangat membantu para pelaku usaha dalam memastikan secara detail mengenai berapa pendapatan, biaya dan yang lainnya serta berapa nominal yang harus disisihkan. Tanpa adanya penerapan

SIA, maka pelaku usaha mengalami kesulitan dalam merancang strategi dan pengelolaan keuangan bisnis. Dengan menerapkan SIA dalam suatu bisnis dapat berguna agar mampu mempertahankan kinerja usahanya dimasa pandemi seperti ini. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maisur (2019), Taufiq dkk (2020), dan Kinasih dkk(2021) menyatakan bahwa SIA berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Pernyataan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Berpengaruh Positif terhadap Kinerja UMKM dimasa Pandemi

#### **2.5.5. Pengaruh Penggunaan *Digital Marketing* Terhadap Kinerja UMKM dimasa Pandemi**

Teknologi informasi hadir dan berperan sebagai penyelamat untuk UMKM. Salah satu bentuk perdatangan teknologi informasi adalah *Digital Marketing*. *Digital Marketing* dapat memungkinkan memperluas jaringan bisnis. Manfaat utama dari Digital Marketing adalah mempunyai akses dari pasar kepasar (Sarastyarini dan Yadnyana, 2018). Menurut Teori RBV yang menjelaskan mengenai pemasaran menggunakan teknologi *digital* memiliki potensi yang sangat tinggi dalam meningkatkan kinerja usaha. Penggunaan *Digital Marketing* akan membantu para pelaku usaha sekaligus pelanggan dalam melakukan transaksi jual beli. Jika pelaku usaha menerapkan *Digital Marketing* dapat meningkatkan kecepatan dan akurasi informasi serta dapat meminimalisir biaya operasional. Semakin baik pelaku usaha dalam menerapkan *Digital Marketing* pada UMKM maka semakin baik pula kinerja UMKM yang ditandai dengan



meningkatnya omzet penjualan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Marjulah dkk. (2021) menyatakan bahwa penggunaan *Digital Marketing* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan pernyataan diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5 : Penggunaan *Digital Marketing* Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja UMKM dimasa Pandemi

#### **2.5.6. Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, Kompetensi Sumber Daya Manusia, Penerapan SIA, Penggunaan *Digital Marketing* Terhadap Kinerja UMKM**

Modal Usaha, Tingkat pendidikan, Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Penerapan SIA serta Penggunaan *Digital Marketing* merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM dengan uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6 : Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Penerapan SIA serta Penggunaan *Digital Marketing* secara simultan berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.