

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan perekonomian di Indonesia yang berdasarkan konsep pada pengembangan ekonomi kerakyatan banyak ditemukan dari sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5% dan terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional (Menko, 2022). UMKM merupakan salah satu penggerak ekonomi bangsa. Jenis usaha ini merupakan sektor perekonomian yang paling kuat untuk mendongkrak kecepatan perekonomian baik lokal maupun secara nasional.

Akan tetapi, dibalik peranannya yang strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, UMKM menghadapi berbagai tantangan yang cukup kompleks baik secara eksternal dan internal. Dari sisi eksternal, para pelaku usaha UMKM dihadapkan dengan tantangan yang global dan pasar bebas dimana arus barang, jasa dan informasi mengalir dengan cepat sehingga persaingan usaha menjadi hal yang tidak bisa terhindarkan (Restuti, 2015). Dari sisi internal, keterbatasan terhadap modal usaha, lemahnya kemampuan manajemen pemasaran, dan ketidak mampuan menyediakan dan menggunakan informasi akuntansi (Restuti, 2015).

Salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi pelaku usaha untuk keberhasilan usaha adalah permodalan. Modal usaha memiliki peran sebagai salah satu instrumen

penting baik bagi usaha atau bisnis yang sedang dirintis maupun yang telah berjalan (Salahudin dkk, 2018). Besar kecilnya modal dapat berdampak terhadap perkembangan usaha dalam penerimaan pendapatan (Purwanti, 2021). Menurut data dari Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) pada tahun 2020 terdapat sekitar 46,6 juta dari 64 juta UMKM di Indonesia belum memiliki akses permodalan dari perbankan maupun lembaga keuangan bukan bank. Hambatan pembiayaan yang dialami UMKM menjadi landasan bagi pemerintah untuk memberikan dukungan fasilitas pembiayaan lainnya. Bagi pemangku pelaku usaha UMKM modal mempunyai peran penting sebagai pergerakan aktivitas sebuah usaha dan operasionalnya serta pembelian persediaan seperti bahan baku atau produk yang akan dijual untuk mendukung eksistensi bisnis dan menjalani hubungan antara UMKM dan perbankan yang menunjang fungsi intermediasi perbankan dan penyaluran modal usaha serta pengembangan UMKM (Ariani dan Dewi, 2013).

Variabel modal sendiri dan modal pinjaman menjadi sebuah faktor untuk mendapatkan pendapatan dalam UMKM efisiensinya bisa dihitung dari tingkat perputaran modal yang berbentuk uang dan perputaran total produk yang dijual (Syahputra dkk, 2022). Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga sering kali belum menerapkan sistem pemisah antara keuangan pribadi dengan keuangan usaha, sehingga masih besarnya modal ini akan menjadi penghambat keberhasilan suatu usaha.

Selain modal usaha dalam meningkatkan pengembangan usaha yang dihadapi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yaitu strategi

pemasaran. Pemasaran perlu mendapatkan perhatian serius oleh pelaku UMKM. Terutama didalam proses penetapan strategi pemasaran harus benar-benar matang, sehingga strategi pemasaran yang dipilih akan mampu menembus pasar persaingan yang semakin ketat. Selain itu, para pelaku usaha UMKM yang kurang maksimal untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya tidak akan bisa terus berkembang dan memperoleh laba sesuai dengan keinginannya.

Sistem pemasaran adalah suatu rencana yang menjabarkan suatu ekseptasi perusahaan yang akan berdampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu (Timbuleng dkk, 2021). Dalam mengembangkan strategi pemasaran pemasaran, yang harus diterapkan adalah 4P yaitu Product (produk), Price (harga), Place (tempat), dan Promotion (Promosi). Tujuan dari pemasaran adalah menghasilkan barang atau jasa yang bernilai tinggi sehingga yang dibutuhkan oleh konsumen menyukai dan membelinya (Nuraisiah, 2021).

Sistem pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Program pemasaran meliputi kegiatan pemasaran yang dapat memengaruhi permintaan dalam hal dengan menentukan produk atau jasa yang sesuai, mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, dan menentukan pilihan saluran distribusi. Semakin inovatif dalam menentukan strategi pemasaran suatu usaha akan dapat meningkatkan volume penjualan produk (Astiawara, 2019). Hal ini dikarenakan inovatif

pemasaran sebagai ujung tombak dalam suatu usaha penetapan strategi pemasaran.

Di sisi kendala lain yang dihadapi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah minimnya melakukan penyusunan laporan keuangan sesuai standar yang telah ditetapkan. Sebagian besar para pelaku usaha UMKM belum menjalankan peraturan pemerintah tentang penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM (Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah). Sedangkan hal ini dilakukan untuk membantu para pengusaha untuk memperoleh modal tambahan. Namun, para pelaku usaha kebanyakan membuat laporan keuangan secara sederhana yang hanya terdiri dari pemasukan dan pengeluaran saja. Hal ini berakibat pada informasi akuntansi yang diperoleh sangat minim. Tingkat pengetahuan akuntansi para pelaku usaha UMKM masih rendah. Hal ini mengakibatkan banyak dari mereka yang tidak menggunakan informasi akuntansi dalam membuat suatu keputusan (Antara & Diatmika, 2022). Padahal keberhasilan yang dihasilkan tidak lepas dari peran penting penggunaan informasi akuntansi.

Rendahnya pengetahuan akuntansi, para pelaku usaha menyebabkan banyak perusahaan kecil yang mengalami kegagalan. Upaya peningkatan kinerja UMKM mutlak dilakukan agar tetap terjaga stabilitas perekonomian nasional. Salah satu yang dapat dilakukan melalui penerapan sistem informasi akuntansi. Menurut Lazuardi & Abdul Salam (2019) sistem Informasi Akuntansi (SIA) memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu entitas baik skala kecil dan besar. Sistem informasi akuntansi menghasilkan informasi keuangan yang bisa dipercaya, relevan, tepat

waktu, dapat dipahami dan teruji kebenarannya untuk membantu dalam proses pengambilan keputusan ekonomis (Rosita, 2013). Dengan demikian, dalam menyusun laporan keuangan UMKM juga masih mengalami masalah. Para pelaku usaha UMKM beranggapan penyusunan laporan keuangan cukup sulit dan perlu diberikan pelatihan atau bantuan dalam penyusunan laporan keuangan sesuai dengan standar.

Beberapa penelitian terdahulu membuktikan bahwa modal usaha, sistem pemasaran, penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap pendapatan usaha menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian terdahulu (Susanti dkk, 2019) menunjukkan modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha. Namun, penelitian yang dilakukan (Purwati dkk, 2021) modal usaha tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha. Selain itu, penelitian yang dilakukan (Particia, 2021), strategi pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan usaha dan menurut (Merdekawati & Rosyanti, 2020) menunjukkan strategi pemasaran tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Nurwani & Safitri, 2019) penggunaan informasi akuntansi dapat berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Fitriah dkk, 2020) penggunaan informasi akuntansi tidak berpengaruh positif atau bisa dikatakan negatif terhadap pendapatan usaha.

Mempertimbangkan masih terjadinya kasus tidak optimalnya pengembangan UMKM, peneliti tertarik mengkaji ulang faktor - faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha UMKM. Penelitian ini akan dilakukan di Kecamatan Krian sebagai lokasi penelitian yang didasarkan

pada alasan. Salah satu alasannya karena jumlah UMKM di Kecamatan Krian sebanyak 66 unit usaha yang tergolong masih sedikit dari beberapa kecamatan lainnya yang memiliki rata – rata 100 unit usaha (Menko UKM Kabupaten Sidoarjo, 2021). Selain itu, perkembangan UMKM di Kecamatan Krian yang masih kurang merata. Hal inilah yang melatar belakangi penelitian ini untuk mengetahui bagaimana modal usaha, strategi pemasaran dan penggunaan sistem informasi akuntansi mempengaruhi pendapatan usaha.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Krian?
2. Apakah sistem pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Krian?
3. Apakah Sistem Informasi Akuntansi (SIA) berpengaruh terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Krian?
4. Apakah secara simultan modal usaha, sistem pemasaran dan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) berpengaruh terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Krian?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Umum**

1. Sebagai salah satu bentuk pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

2. Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi pada Program Studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

### **1.3.2 Tujuan Khusus**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh modal usaha terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Krian.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sistem pemasaran terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Krian.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Sistem Informasi Akuntansi (SIA) terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Krian.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh modal usaha, sistem pemasaran dan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) secara simultan terhadap pendapatan usaha UMKM di Kecamatan Krian.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengembangan ilmu yang terkait dengan modal usaha, sistem pemasaran dan Sistem Informasi Akuntansi (SIA).

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

##### **1. Bagi Pelaku Usaha UMKM**

Hasil penelitian dapat digunakan untuk referensi kepada pelaku usaha UMKM di Kecamatan Krian dalam mengambil keputusan untuk menentukan modal usaha, sistem pemasaran, dan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) guna meningkatkan pendapatan usaha.

##### **2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

Hasil penelitian dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi mahasiswa yang akan menjalankan penelitian dengan permasalahan yang sama kedepannya.

##### **3. Bagi Masyarakat**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh modal usaha, sistem pemasaran, dan Sistem Informasi Akuntansi (SIA).