

# **BABI**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah disingkat menjadi (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi negara, baik negara berkembang maupun negara maju. Sektor UMKM juga disebut-sebut sebagai sektor yang mampu bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi global yang menimpa Indonesia pada tahun 1998. Jumlah UMKM pada tahun 2014 sudah mencapai 57,89 juta unit dan memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 57,9% serta penyerapan terhadap tenaga kerja mencapai 97,2% (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah dalam Ikhsan, dkk. 2016).

UMKM menjadi tumpuan untuk menghasilkan nilai tambah, penciptaan lapangan kerja, dan sumber devisa. Tidaklah mengherankan jika UMKM menjadi sektor yang eksotis sehingga menjadi bagian penting dari persaingan perdagangan internasional. Negara yang berhasil menjadi negara maju juga memiliki keberhasilan dalam memajukan sektor usaha mikro, kecil dan menengah.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan

ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara.

Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah aset maksimal 0 sampai Rp 50 juta dan omzet total 0 sampai 300 juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan ataupun badan usaha akan tetapi bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah asset lebih dari Rp 50 juta sampai Rp 500 juta dan omzet total Rp 300 juta sampai Rp 2,5 milyar. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh cabang orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai Rp 10 milyar dan omzet total Rp 2,5 milyar sampai Rp 50 milyar.

Untuk Usaha Kecil didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi

kriteria Usaha Kecil. Sedangkan Usaha Menengah didefinisikan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil ataupun Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Dalam menumbuhkan pertumbuhan ekonomi masyarakat UMKM memiliki kontribusi yang besar khususnya di negara-negara berkembang. Dampak yang berpengaruh positif dapat menggerakkan roda perekonomian bangsa dan mengurangi jumlah pengangguran. Peran utama UMKM dalam perekonomian nasional adalah menciptakan lapangan kerja, menggerakkan roda perekonomian, meningkatkan pertumbuhan *output*, dan menyediakan kebutuhan yang terjangkau bagi kelompok masyarakat yang berpenghasilan rendah. Dengan demikian, penguatan UMKM bisa menjadi salah satu program yang efektif dalam mengatasi pengangguran dan kemiskinan. UMKM adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak, sehingga dapat dikatakan saat ini menjadi tulang punggung perekonomian nasional.

Pengembangan UMKM sangatlah penting untuk dilakukan, mengingat peran yang dimainkan sangat strategis. Pembinaan paling mendasar untuk mengembangkan UMKM adalah proporsi UMKM merupakan 99,99% dari seluruh jumlah unit usaha dan UMKM memiliki

daya serap yang sangat besar. Pengembangan UMKM dapat menjadi program utama dalam pembangunan perekonomian masyarakat, sebagaimana tertuang dalam Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia Tahun 2015-2019 (2015):

“Berdasarkan tingkat produktivitas dan kebutuhan untuk meningkatkan populasi usaha kecil dan menengah, maka peningkatan produktivitas usaha mikro dijadikan sebagai target pemberdayaan UMKM ke depan. Perbaikan kapasitas dan produktivitas usaha mikro dapat dilakukan melalui penguatan aset, keterampilan dan keterhubungannya dengan jaringan usaha dan pemasaran dalam satu sistem bisnis yang mapan. Peningkatan kapasitas usaha mikro juga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat secara umum yang selanjutnya akan berkontribusi pada pengurangan angka kemiskinan. Peran usaha kecil dan menengah juga perlu ditingkatkan dalam memperkuat basis produksi di dalam negeri, dan partisipasi di pasar ekspor dan investasi.

Kebijakan, program dan kegiatan peningkatan daya saing UMKM ke depan juga perlu mencakup pelaksanaan amanat UU No. 20/2008 secara paripurna, yang didukung sinergi berbagai pemangku kepentingan dan sumber daya yang tersedia. Pelaksanaan kebijakan tersebut juga perlu didukung pola pemberdayaan UMKM yang terstruktur dan tersistem, sehingga isu-isu strategis yang dihadapi UMKM dapat ditangani secara efektif.”

Data statistik dari Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia (2017) menunjukkan bahwa jumlah pengusaha besar hanya 0,01 persen dari total unit usaha yang ada, 99,99 persen lainnya didominasi oleh UMKM dengan rincian 98,77 persen usaha mikro, 1,20 persen usaha kecil dan 0,09 persen usaha menengah. Sebagai sektor yang mendominasi usaha masyarakat, maka UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar untuk membantu menampung warga masyarakat akan lapangan kerja yang lebih

merata di pelosok nusantara, serta dapat juga meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengurangi angka kemiskinan. Dengan demikian diharapkan pemerintah dapat memberikan prioritas pembangunan UMKM dalam rangka meningkatkan perekonomian bangsa.

Seiring dengan pemberlakuan AFTA (*ASEAN Free Trade Area*) dan MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) dimana Indonesia juga terlibat didalamnya secara tidak langsung akan meningkatkan minat usaha perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Hal ini membawa berbagai peluang sekaligus tantangan bagi perekonomian Indonesia, khususnya sektor UKM (Usaha Kecil dan Menengah). Perkembangan teknologi informasi semakin meningkat seiring dengan berkembangnya peradaban manusia. Era globalisasi membuat kebutuhan akan kemudahan menjadi semakin kompleks. Perusahaan dituntut untuk meningkatkan kinerjanya guna memenuhi kepuasan pelanggan. Peningkatan kinerja perusahaan didasarkan pada meningkatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Terjadi perubahan pada sistem suatu perdagangan, transaksi serta peredaran uang. Perubahan ini terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor yang salah satunya adalah adanya perkembangan teknologi. Era globalisasi ini UKM mendapat banyak persaingan dari perusahaan-perusahaan besar, UKM harus dapat memahami keadaan dimana teknologi memiliki peran penting untuk UKM agar tetap dianggap relevan oleh masyarakat serta dapat bersaing dengan perusahaan lain, oleh karena itu UKM harus

memanfaatkan kemajuan teknologi dengan menerapkan Teknologi Informasi (TI) (Purnata dan Suardikha, 2019).

Semakin canggihnya teknologi informasi saat ini menyebabkan wirausaha yang memanfaatkan teknologi informasi tersebut meningkat sehingga persaingan antar wirausaha menjadi lebih ketat. Jika seorang wirausaha tidak mampu bersaing menghadapi wirausaha lainnya yang terus berkembang, maka kelangsungan hidup dan kesempatan memperluas bidang usaha akan terancam. Salah satu solusi untuk mengembangkan usaha yaitu pemanfaatan teknologi informasi. Salah satu bentuk teknologi informasi yang sedang berkembang saat ini adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi atau jaringan komputer (*e-commerce*).

*E-commerce* telah membuka sebuah peluang bagi hampir setiap orang untuk berbisnis karena dapat menciptakan bisnis pada dunia maya yang menghubungkan orang-orang secara luas tanpa terbatas oleh letak geografis. Konsumen dapat melakukan pemesanan barang dan atau jasa secara virtual dimanapun, 24 jam dalam satu hari, 7 hari dalam 1 minggu tanpa terbatas oleh jam kerja toko, maupun jarak untuk mencapai toko (Kartavianus, 2012).

Perkembangan bisnis *online* di Indonesia semakin meningkat tajam. Hal tersebut terlihat semakin ramainya jejaring sosial mengenai jual beli *online*. Pertumbuhan *e-commerce* meningkat sejalan dengan peningkatan pengguna internet dan kepercayaan masyarakat akan keamanan bertransaksi

elektronik. Berdasarkan riset *Online Shopping Outlook 2015* yang dikeluarkan oleh *BMI research* mengungkapkan nilai belanja *online* pada 2014 mencapai 21 triliun. Sedangkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sampai Januari 2016, pengguna internet di Indonesia telah mencapai 88,1 juta, dimana 48 persen di antaranya merupakan pengguna internet harian ([https://revolusibisnis-commerce.com](https://revolusibisnis.commerce.com))

Tidak dapat dipungkiri lagi banyaknya pengguna internet dan berkembangnya *smartphone* di Indonesia membuat para pelaku bisnis *online* semakin menjamur, begitu pula dengan para konsumennya yang tidak hanya berasal dari perkotaan tapi dari pelosok-pelosok juga. Ternyata berkembangnya internet banyak hal-hal baru yang timbul yaitu mulai dari pembelian barang atau jasa secara *online* contohnya pembelian dan penjualan barang melalui jejaring sosial Instagram, Facebook, Twitter, melalui aplikasi Shopee, Bukalapak, Blibli, Tokopedia dan jasa melalui Gojek, Grab, dan Garuda *Delivery* begitu pula penjualan secara *online* berkembang baik dari segi pelayanan, efektifitas, keamanan dan juga popularitas.

Sistem informasi merupakan serangkaian prosedur formal pengumpulan data untuk diproses menjadi informasi dan didistribusikan kepada para pengguna (Hall, 2009). Salah satu jenis dari sistem informasi adalah Sistem Informasi Akuntansi (SIA). SIA adalah sebuah sistem informasi yang menangani segala sesuatu yang berkenaan dengan akuntansi.

Pengguna SIA dapat dibagi dalam dua kelompok besar, yaitu pengguna eksternal dan internal (Bodnar dan Hopwood, 2003). Pengguna eksternal mencakup pemegang saham, investor, kreditor, pemerintah, pelanggan, pemasok, dan masyarakat secara keseluruhan. Pengguna eksternal sangat tergantung pada beragam *output* dari SIA milik perusahaan. Pelanggan menerima tagihan dan melakukan pembayaran yang diproses dalam SIA. Pengguna internal meliputi para manajer yang memiliki kebutuhan informasi dalam organisasi atau pada fungsi yang mereka jalankan, sehingga sangat terlihat jelas bahwa pemakai informasi ternyata bukanlah pengguna internal saja.

Sistem informasi juga berperan dalam bidang akuntansi. *Statement of Financial Accounting Concept No. 2, Financial Accounting Standard Board* mendefinisikan akuntansi sebagai sistem informasi. Standar akuntansi keuangan tersebut juga menyebutkan bahwa tujuan utama akuntansi adalah untuk menyediakan informasi bagi pengambil keputusan. Sistem informasi akan memberikan kemudahan bagi para akuntan manajemen untuk menghasilkan informasi keuangan yang dapat dipercaya, relevan, tepat waktu, dapat dipahami dan teruji sehingga akan membantu pengambilan keputusan.

SIA meliputi beragam aktivitas yang berkaitan dengan siklus-siklus proses transaksi perusahaan. Salah satu siklus aktivitas bisnis adalah siklus pendapatan. Siklus pendapatan merupakan kejadian yang berkaitan dengan pemrosesan transaksi, pendistribusian barang dan jasa entitas lain dan



pengumpulan pembayaran yang berkaitan. Salah satu sarana siklus pendapatan adalah *e-commerce* (Hardanti dan Saraswati, 2013).

Penggunaan Internet untuk aktivitas transaksi bisnis dikenal dengan istilah *Electronic Commerce (e-commerce)*. Menurut Indrajit (2001) karakteristik *e-commerce* terdiri atas terjadinya transaksi antara dua belah pihak adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi dan internet sebagai medium utama dalam proses transaksi. Dalam praktiknya, transaksi *e-commerce* dapat terjadi antara organisasi bisnis dengan sesama organisasi bisnis (B2B) dan antara organisasi bisnis dengan konsumen (B2C) (McLeod dan Schell, 2008).

*E-commerce* baru dikenal pada tahun 1996 dan sekarang tumbuh menjadi kekuatan ekonomi baru di Indonesia. Menurut Rachadian (2012) peluang berkembangnya *e-commerce* sangat terbuka di Indonesia. Pertama, jumlah penduduk yang banyak, sehingga menjadi potensi pasar yang sangat luas. Kedua, geografis Indonesia yang berbentuk kepulauan dan tersebar membuat *e-commerce* berkembang menjadi sistem yang memungkinkan setiap orang di Indonesia dapat melakukan transaksi tanpa harus meninggalkan kota tempat tinggalnya.

Seiring dengan perkembangan, *e-commerce* telah masuk dalam wilayah jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram, dalam *marketplace* bentuk aplikasi berbasis web seperti Shopee, Bukalapak, Blibli, OLX, Kaskus, Traveloka, Lazada, dan Tokopedia, dalam bentuk jasa dan kuliner seperti Gojek, Grab, dan Garuda *Delivery*. Penggunaan salah satu *e-*

*commerce* saat ini yang sangat berperan penting dalam kelangsungan UMKM terutama yang berada di wilayah Kabupaten Jombang yaitu Grab (grabfood), Gojek (gofood), dan Garuda *delivery*. Pengguna jejaring sosial tersebut juga ikut meningkat. Hal ini memberikan peluang kepada pelaku bisnis baik retail maupun manufaktur untuk memajukan dan memperluas bisnis yang mereka jalankan melalui media ini. Peran media sosial dalam dunia bisnis sudah tidak bisa dipungkiri lagi. Menurut Gunawan (2014) melebur menjadi sosial *Commerce* yang terdiri dari *FacebookCommerce* (*f-commerce*) dan *TwitterCommerce* (*t-commerce*).

Pemerintah Kabupaten Jombang terus mendorong perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Karena peran mereka sangat besar dalam menggerakkan perekonomian. Pemkab Jombang melalui Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) siap mendukung program yang digulirkan pemerintah pusat. Selama ini, Pemkab Jombang telah mendorong sejumlah pengusaha besar agar berkontribusi mendukung pertumbuhan UMKM. Seperti meminta Indomaret agar membolehkan UMKM asli Jombang menempatkan produk di minimarketnya.

(<https://radarjombang.jawapos.com/read/2021/01/19/236039/pemkab-jombang-dukung-kemitraan-pma-dan-pmdn-dengan-umkm>)

Program Mitigasi dari Kemenkop RI yang didiskusikan melalui *teleconference* dengan Dinas Koperasi dan UM Kabupaten Jombang ini nantinya diselenggarakan agar para pelaku usaha mikro dan sektor koperasi

mampu memulihkan kondisi roda perekonomian dengan cepat melalui teknologi, yakni dengan metode *e-commerce*. Koperasi dan Usaha Mikro melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia (Kemenkop RI), menyusun program yang cepat dan tepat sehingga mampu mengatasi atau setidaknya memberikan geliat perekonomian di sektor koperasi dan mikro.

Pandemi Corona Virus (covid) 19 yang terjadi di seluruh dunia ini berdampak signifikan terhadap hampir seluruh sektor, termasuk juga dari sektor koperasi dan usaha mikro. Paling berdampak bagi masyarakat langsung, khususnya masyarakat dengan ekonomi lemah. Dengan tetap menerapkan pola kerja dari rumah atau *work from home (WFH)*, pemanfaatan teknologi ini sangat dibutuhkan, salah satunya metode *e-commerce* atau penjualan secara daring (*online*).  
 (https://jombangkab.go.id/opd/dinkopum/berita/pengembangan-e-commerce-di-jombang-bagi-pelaku-usaha-mikro)

Bupati Mundjidah Wahab memberikan motivasi pada pelaku UMKM di Kabupaten Jombang di masa pandemi Covid-19 dalam rangka upaya pemulihan sektor ekonomi lokal. Motivasi itu disampaikan Bupati Jombang dalam sarasehan dan *launching “E Commerce Omah Resale”* bersama pelaku UMKM yang diselenggarakan Kadin Jombang di pendopo setempat.

Bupati Mundjidah menyampaikan bahwa perlu ada sinergitas Kadin Jombang dengan OPD terkait baik Pemkab Jombang juga Kadin Provinsi

Jawa Timur. Dalam hal ini para pelaku usaha bisa bersinergi dalam mengembangkan usaha masing-masing, tanpa harus melakukan persaingan yang tidak sehat. "Semoga ini bisa membawa manfaat bagi masyarakat, demi mendukung pelaksanaan program-program pembangunan di Kabupaten Jombang dan mempercepat tercapainya visi bersama mewujudkan Jombang yang berkarakter dan berdaya saing", tandasnya. (<https://www.lensaindonesia.com/2021/04/02/bupati-jombang-launching-e-commerce-omah-resale-perkuat-pasar-pelaku-umkm.html>)

Berdasarkan latar belakang dan penelitian sebelumnya, yang berjudul Pengaruh *E-commerce*, Budaya Organisasi, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada UKM bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan pada Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Denpasar yang dilaksanakan oleh I Wayan Raka Purnata dan I Made Sadha Suardikha (2019) menunjukkan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan pada Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Sistem Informasi Akuntansi memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan perusahaan pada UKM. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “PENGARUH *E-COMMERCE* DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA UMKM DI KABUPATEN JOMBANG”.

## 1.2 Perumusan Masalah

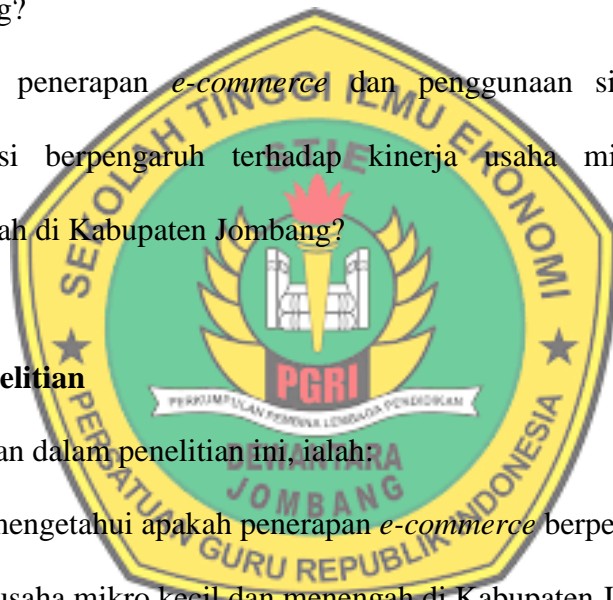
Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan, maka rumusan masalah yang diambil dari penelitian ini ialah:

1. Apakah penerapan *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Jombang?
2. Apakah penerapan penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Jombang?
3. Apakah penerapan *e-commerce* dan penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Jombang?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini, ialah:

1. Untuk mengetahui apakah penerapan *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Jombang.
2. Untuk mengetahui apakah penerapan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Jombang.
3. Untuk mengetahui apakah penerapan *e-commerce* dan penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Jombang.



## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Kegunaan Secara Teoritis

Secara teoritis, diharapkan penelitian ini mampu memberikan penjelasan tentang fenomena yang ada dengan teori-teori yang relevan dalam pengaruh suatu program terhadap bisnis. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi bahan kajian dan rujukan dalam penelitian selanjutnya mengenai pengaruh *e-commerce* dan penggunaan sistem informasi akuntansi dalam perkembangan suatu usaha.

### 2. Kegunaan Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi generasi muda dan masyarakat umum, dapat menjadi bahan untuk memberikan informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan yaitu usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Jombang mengenai bagaimana dan seberapa besar pengaruh *e-commerce* dan penggunaan sistem informasi akuntansi dalam menjalankan suatu usaha sehingga bisa berkembang dan diharapkan dapat memengaruhi perekonomian khususnya di wilayah Kabupaten Jombang