

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang kerap disingkat dengan UMKM belakangan ini menjadi sebuah topik hangat diberbagai kalangan. Hal ini dikarenakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mampu bertahan dan tetap berkembang sebagai penyedia barang atau jasa dalam keadaan yang sedang genting baik ditingkat nasional maupun internasional. Dilansir dari Kompas, dimasa pandemi seperti sekarang ini, banyak orang kehilangan pekerjaannya akibat pandemi. Namun, kehidupan harus tetap berlangsung. Untuk menyambung hidup, sejumlah karyawan atau buruh yang telah kehilangan pekerjaannya memilih untuk berwirausaha. (<https://www.kompas.tv/> Diakses 29 Desember 2020 – 11:30 WIB)

Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) juga mempunyai peran penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi negara, baik negara berkembang maupun negara maju. Kemampuan UMKM perlu diberdayakan dan dikembangkan secara terus menerus dengan berusaha mereduksi kendala yang dialami UMKM, sehingga mampu memberikan kontribusi lebih maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat (Purnata & Suardikha, 2019). Keunggulan UMKM di Indonesia berkembang pesat dan memberikan kontribusi besar dalam pembangunan. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu semakin bertambahnya jumlah UMKM, penyerapan tenaga kerja, dan sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Triandra et al., 2019). Peningkatan ini tentu saja

selain dikarenakan kreativitas yang tinggi para pelaku sektor UMKM, kemampuan perusahaan dalam memilih strategi dalam memasarkan produk juga memegang peranan yang sangat penting.

Data yang ditunjukkan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM RI, UMKM secara keseluruhan mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik seiring berganti tahun. Misalnya pada tahun 2015, total jumlah unit UMKM sebanyak 59,267,759. Lalu dalam pemberitaan terakhir, jumlah tersebut sudah mencapai angka 65 juta, berikut data perkembangan UMKM di Indonesia berdasarkan jumlah unit dan jumlah PDB dari tahun 2015 sampai 2019.

Tabel 1. 1
Data Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Tahun	Total Jumlah Unit (Kecil, Mikro, dan Menengah)	Total Jumlah PDB atas Dasar Harga Berlaku
2015	59,267,759	Rp 10,141,340
2016	61,656,547	Rp 11,712,450
2017	62,928,077	Rp 12,840,859
2018	64.199.606	Rp 14.838.756
2019	65.471.134	Rp 15.832.535

Sumber: <https://kemenkopukm.go.id/>

Secara persentase, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 99,9% dari total unit usaha di Indonesia. Dengan data ini, dapat disimpulkan jika UMKM memiliki peran besar dalam menyumbang pertumbuhan ekonomi Tanah Air.

<https://www.kemenkopukm.go.id/>, diakses pada 13 Februari 2020).

Berdasarkan undang-undang no 20 tahun 2008 yang menjelaskan tentang UMKM, UMKM memiliki macam-macam kriteria berdasarkan asset dan omset sebagai berikut;

Tabel 1. 2

Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Ukuran Usaha	Aset (Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Omzet (dalam 1 tahun)
Usaha Mikro	Maksimal Rp50 Juta	Maksimal Rp300 Juta
Usaha Kecil	Lebih dari Rp50 juta – Rp500 juta	Lebih dari Rp300 Juta - Rp2,5 Milliar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp500 juta – Rp10 miliar	Lebih dari Rp2,5 Milliar - Rp50 Milliar
Usaha Besar	Lebih dari Rp10 Milliar	Lebih dari Rp50 Milliar

(Diakses <https://www.ukmindonesia.id/> pada tanggal 5 Juni 2020).

Menurut Moeldoko, menjelaskan masalah dalam UMKM saat masa pandemi terjadi dari sisi permintaan. Moeldoko menjelaskan daya beli masyarakat jeblok akibat pandemi virus corona. Hal itu membuat tingkat permintaan terhadap produk yang dihasilkan oleh UMKM turun beberapa bulan terakhir.

“Waktu Pak Presiden (Joko Widodo) mengumpulkan pelaku UMKM di istana, mereka mengatakan biasanya ada yang omzetnya Rp500 ribu – Rp600 ribu, saat terjadinya covid-19 pendapatan para pelaku UMKM turun menjadi Rp300 ribu.” (<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi> Diakses pada 5 Juni 2021).

Dari meningkatnya jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) setiap tahunnya. Perkembangan tersebut didorong oleh beberapa faktor yang mempengaruhi. Diantaranya adalah pelaku usaha memanfaatkan sarana teknologi,

informasi, dan komunikasi untuk mengembangkan usahanya di era digital seperti saat ini. Selanjutnya faktor yang mendukung perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah ini datang dari perbankan Indonesia, Untuk mendorong pertumbuhan UMKM, diperlukan keterbukaan akses pembiayaan dari perbankan dan alokasi kredit khusus untuk UMKM. Dan faktor yang ketiga yang mempengaruhi perkembangan UMKM yaitu turunnya PPh Final. Penurunan tarif PPh akan berdampak baik bagi para pemilik bisnis usaha mikro, kecil dan menengah untuk mempermudah pebisnis menjalankan kewajiban perpajakan pada negara dan juga memberikan kesempatan untuk perkembangan usaha serta investasi karena adanya keringanan dari penurunan tarif pajak.

Pada era globalisasi ini UMKM mendapat banyak persaingan dari perusahaan-perusahaan besar, UMKM harus dapat memahami keadaan dimana teknologi memiliki peran penting untuk UMKM agar tetap dianggap relevan oleh masyarakat serta dapat bersaing dengan perusahaan lain, oleh karena itu UMKM harus memanfaatkan kemajuan teknologi dengan menerapkan Teknologi Informasi (TI). UMKM yang tidak peka terhadap perkembangan teknologi dan tidak memanfaatkan TI cenderung sulit untuk berkembang dan mengikuti persaingan yang ada. Karena terjadi perubahan pada sistem suatu perdagangan, transaksi serta peredaran uang. Perubahan ini terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor yang salah satunya adalah adanya perkembangan teknologi.

Strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana yang terurai di bidang pemasaran. Untuk hasil yang optimal, strategi pemasaran harus diterapkan semaksimal mungkin Karena semakin banyaknya persaingan baik dari segi harga,

pelayanan maupun kualitas produknya. Salah satu media yang dapat digunakan untuk menerapkan strategi pemasaran adalah internet. Apalagi, di Indonesia penggunaan internet semakin meningkat pesat tanpa adanya batasan usia. Menurut *MarkPlus Insight*, salah satu perusahaan riset terbesar di Asia Tenggara menerangkan bahwa pengguna Internet di Indonesia memberikan gambaran jelas mengenai tren penggunaan Internet di Indonesia. Sebagaimana yang dirilis dalam Majalah *Marketeers* edisi Oktober 2011, menurut riset sindikasi *MarkPlus Insight*, jumlah pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2011 ini sudah mencapai 55 juta orang, meningkat dari tahun sebelumnya di angka 42 juta. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa potensi terjadinya *e-commerce* di Indonesia cukup besar.

Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Darmin Nasution pun meminta kepada pelaku bisnis *e-commerce* untuk membantu UMKM dalam memasarkan produknya. “Kami melihat bahwa dengan pemanfaatan *e-commerce* bagi UMKM dapat meningkatkan pemasaran dan membuka peluang ekonomi baru, sehingga pada ujungnya dapat menciptakan kesejahteraan dan meningkatkan perekonomian Indonesia,” kata Darmin saat ditemui di Gedung Smesco, Jakarta, Rabu (16/10/2019).

Pemanfaatan *e-commerce* juga dapat menunjang efisiensi dan inklusivitas. Hasil riset McKinsey menyebutkan bahwa konsumen di luar Jawa mampu menghemat 11%-25% dari nilai belanjanya dengan menggunakan *e-commerce* dibandingkan dengan berbelanja secara konvensional. Kondisi ini harus dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha lokal untuk memasarkan produk-produk kreatifnya, khususnya busana dan kuliner. “Melalui *e-commerce*, akses pasar

menjadi tidak terbatas. Pelaku usaha dapat memperluas pasar, baik ke pasar domestik, bahkan pasar global. Untuk di dalam negeri sendiri, jangan sampai pelaku usaha dan produk lokal kalah dengan yang impor,” kata Darmin. Meskipun saat ini, lanjut Menko, transaksi *e-commerce* masih banyak terpusat di Jakarta dan sekitarnya, namun ke depannya diharapkan akan lebih banyak UMKM dari luar Jawa yang tumbuh dan memasarkan produknya melalui *e-commerce*.

Pemerintah menyatakan hingga saat ini masih banyak usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang belum bergabung dengan *e-commerce*. Data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dari 58 juta UMKM yang ada di Indonesia, UMKM yang bergabung dengan *e-commerce* baru sebanyak 8 juta UMKM. (suara.com diakses pada 6 Februari 2020).

Perkembangan pada Teknologi Informasi dan penerapan yang dilakukan oleh UMKM dianggap sebagai penyelamat terhadap operasional dan manajemen UMKM (Purnata & Suardikha, 2019). Salah satu bentuk perdagangan melalui Teknologi Informasi adalah *e-commerce*. Melalui *e-commerce* pelanggan diberi kemudahan dengan melakukan transaksi tanpa hambatan waktu dan jarak. Transaksi yang dilakukanpun lebih cepat karena dilakukan secara *online* dan hanya memerlukan beberapa klik. Penggunaan sistem komputer yaitu berupa *website* dalam melakukan transaksi jual-beli berbagai jenis produk baik barang maupun jasa secara *online* merupakan yang dimaksud dengan *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* dapat meningkatkan efisiensi perusahaan sehingga dalam penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan pada Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota

Denpasar (Purnata & Suardikha, 2019). Sedangkan dalam penelitian (Subagio & Saraswati, 2020) mengemukakan bahwa *e-commerce* tidak memberikan pengaruh terhadap kinerja penggiat UMKM di Purbalingga. Hal ini bisa terjadi karena pemahaman yang masih kurang dan penggunaan yang belum dimaksimalkan, sehingga belum memberikan dampak yang positif terhadap omzet penjualan yang didapatkan oleh penggiat UMKM di Purbalingga.

Dalam lingkungan bisnis atau sebuah perusahaan yang tumbuh dan berkembang dengan sangat dinamis, sangat memerlukan adanya sistem manajemen yang efektif dan efisien artinya dapat dengan mudah berubah atau menyesuaikan diri dan dapat mengakomodasikan setiap perubahan baik yang sedang dan telah terjadi dengan cepat, tepat dan terarah serta biaya yang murah. Dengan demikian, organisasi sudah tidak lagi dipandang sebagai sistem tertutup (*closed-system*) tetapi organisasi merupakan sistem terbuka (*openedsystem*) yang harus dapat merespon dan mengakomodasikan berbagai perubahan eksternal dengan cepat dan efisien.

Sumber daya manusia merupakan aset terpenting perusahaan karena perannya sebagai subyek pelaksana kebijakan dan kegiatan operasional perusahaan. Agar perusahaan tetap eksis maka harus berani menghadapi tantangan dan implikasinya yaitu menghadapi perubahan dan memenangkan persaingan. Sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan seperti modal, metode dan mesin tidak bisa memberikan hasil yang optimal apabila tidak didukung oleh sumber daya manusia yang mempunyai kinerja yang optimal. Douglas (2000) menjelaskan bahwa perusahaan membutuhkan karyawan yang mempunyai kinerja (*job performance*) yang tinggi.

Human centered business atau kegiatan bisnis yang berpusat pada manusia menjadikan manusia sebagai faktor yang penting dalam perubahan dunia bisnis. Budaya organisasi juga berperan penting dalam sebuah organisasi. Banyak perusahaan yang mengalami manajemen perusahaan yang sakit menempatkan reformasi budaya sebagai faktor sentral bagi pemulihan berjangka panjang (Purnata & Suardikha, 2019). Kinerja dari perusahaan dapat dipengaruhi oleh budaya organisasi. Budaya organisasi dapat mempengaruhi psikologis dari karyawan, kelompok kerja atau seluruh organisasi (Purnata & Suardikha, 2019). Perusahaan yang memiliki budaya organisasi yang kuat cenderung melakukan pekerjaan lebih baik yang kemudian berdampak pada kinerja perusahaan yang lebih baik dari perusahaan-perusahaan pesaing yang memiliki budaya organisasi yang tidak kuat.

“*Culture theory* bahwa budaya organisasi adalah kerangka kerja kognitif yang terdiri dari sikap-sikap, nilai-nilai, norma perilaku dan harapan bersama yang dirasakan oleh anggota organisasi. Budaya organisasi merupakan pandangan hidup organisasi yang dihasilkan melalui pergantian generasi pegawai” (Purnata & Suardikha, 2019). Budaya Organisasi merupakan konsep yang didasarkan pada *culture theory*, dimana budaya organisasi nantinya dapat digunakan sebagai dasar pembuat keputusan oleh pemakai. Hal tersebut mengikat anggota menjadi suatu kesatuan yang utuh dan senantiasa disampaikan kepada setiap anggota baru dalam organisasi yang nantinya dapat membangun rasa kekeluargaan dalam sebuah organisasi dan mempermudah koordinasi antar anggota sehingga dapat mempengaruhi peningkatan kinerja keuangan di perusahaan.

Menciptakan kepuasan kerja karyawan tidaklah mudah, karena kepuasan kerja dapat tercipta jika beberapa point seperti motivasi kerja, kepemimpinan dan budaya organisasi / perusahaan dapat diakomodasikan dengan baik dan diterima oleh semua karyawan di dalam suatu organisasi/perusahaan. (Agustini, 2018), mengemukakan bahwa kinerja organisasi tergantung dari kinerja individu atau dengan kata lain kinerja individu akan memberikan kontribusi pada kinerja organisasi, artinya bahwa perilaku anggota organisasi baik secara individu maupun kelompok memberikan kekuatan atas kinerja organisasi sebab motivasinya akan mempengaruhi pada kinerja organisasi.

Seorang manajer perlu mengarahkan motivasi dengan menciptakan kondisi (iklim) organisasi melalui pembentukan budaya kerja atau budaya organisasi sehingga para karyawan merasa terpacu untuk bekerja lebih keras agar kinerja yang dicapai juga tinggi. Pemberian motivasi harus diarahkan dengan baik menurut prioritas dan dapat diterima dengan baik oleh karyawan, karena motivasi tidak dapat diberikan untuk setiap karyawan dengan bentuk yang berbedabeda.

Salah satu elemen yang bernilai penting dalam sistem manajemen perusahaan selain motivasi kerja kepada para karyawan adalah kepemimpinan (*leadership*). Hasil dari beberapa penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing perusahaan secara berkelanjutan. Kepemimpinan adalah suatu proses dimana seseorang dapat menjadi pemimpin (*leader*) melalui aktivitas yang terus menerus sehingga dapat mempengaruhi yang dipimpinnya (*followers*) dalam rangka untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.

Pengetahuan akuntansi yang dimiliki oleh pemilik usaha kecil menengah akan banyak memberikan banyak manfaat dalam penggunaan informasi akuntansi. Pengetahuan akuntansi yang rendah akan menyebabkan usaha yang dijalankan mengalami kegagalan manajemen sehingga sangat sulit bagi para pelaku usaha dalam menentukan kebijakan apa yang akan diambil (Lestari & Rustiana, 2019). Pengetahuan akuntansi juga merupakan faktor yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi. Hal ini dapat dilihat dari pendapat Wichman yang dikutip oleh (Lestari & Rustiana, 2019) yang menyatakan bahwa terjadinya permasalahan dalam penerapan akuntansi karena kurangnya pengetahuan pemilik perusahaan tentang akuntansi. Rendahnya pengetahuan akuntansi pemilik menyebabkan banyak perusahaan kecil yang mengalami kegagalan. Pengetahuan akuntansi sangat penting bagi UMKM dalam menentukan untung ruginya sebuah usaha yang dijalankan. Sesuai dengan teori *Knowledge Based View*, kesuksesan sebuah usaha harus diimbangi dengan tingkat pengetahuan yang tinggi dari UMKM.

Disini UMKM yang memiliki pengetahuan tinggi dalam menyusun laporan keuangan tentunya akan lebih mudah dalam mengambil keputusan. (Ermawati & Arumsari, 2021) jika UMKM memiliki pengetahuan tinggi dalam menentukan untung ruginya sebuah usaha yang dijalanannya, tentunya UMKM mengetahui betul bagaimana cara meningkatkan penjualan. Dengan meningkatnya penjualan ini mengindikasikan tingginya kinerja UMKM. Dengan kata lain semakin tinggi pengetahuan akuntansi yang dimiliki UMKM dalam menjalankan bisnisnya maka akan meningkatnya kinerja UMKM juga.

Dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* sangat berpengaruh kepada peningkatan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan bagaimana suatu perusahaan/organisasi dapat berpengaruh juga terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Hal tersebut menyebabkan ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh E-Commerce, Budaya Organisasi, dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Studi Kasus Pada UMKM Kota Administrasi Jakarta Timur).***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah?
2. Apakah budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah?
3. Apakah pengetahuan akuntansi berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang di ajukan dalam penelitian ini maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah.

2. Untuk menganalisis pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah.
3. Untuk menganalisis pengetahuan akuntansi terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki beberapa kegunaan, yaitu sebagai berikut:

1. **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan ilmu pengetahuan dan dapat memberikan gambaran hubungan antar variabel secara empiris dari konsep-konsep yang ada sehingga mampu mendukung pengembangan penelitian mengenai pengaruh *e-commerce* dan budaya organisasi terhadap kinerja perusahaan pada usaha mikro, kecil, dan menengah.

2. **Kegunaan Praktis**

- a. **Bagi Peneliti**

Sebagai pembelajaran dalam melakukan penulisan dan meneliti serta sebagai syarat kelulusan dan mendapatkan gelar sarjana ekonomi.

- b. **Bagi Instansi Terkait**

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya pemerintah tahu bagaimana *e-commerce* dan budaya organisasi berpengaruh dalam kinerja perusahaan. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya.