BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan sebuah penelitian, sehingga peneliti dapat memperkaya tentang teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian yang terdahulu, penelitian tidak menemukan penelitian judul yang sama seperi judul sebuah penelitian-penelitian lain. Namun, peneliti mengambil beberapa penelitian yang masih berkaitan sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian dalam penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu yang di pakai sebagai dasar dalam penelitian ini antara lain :

Khoirunnisa Naini, Tri Handayani Amaliah, Herlina Rsjid (Juni, 2025) ‘’Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja keuangan umkm sektor kerajinan tangan di kabupaten gorontalo’’ (Juni, 2025). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang dampak literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM di sektor kerajinan. Perbedaan Penelitian ini melakuakan penelitian di kabupaten Gorontalo sedangan peneliti sekarang melakuakan penelitian di kecamatan ngantang sedangkan persamaannya sama-sama meneliti pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM sebagai variabel utama.

Diyah Ayu Paraswati, Nabila Na ma Aisa. Juni 2025 ‘’Pengaruh Pengetahuan Akuntansi,Literasi keuangan pengelolaan keuangan, dan modal pinjaman terhadap

kinerja UMKM di Rejowinagun'' (Juni 2025). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Sedangkan pengetahuan akuntansi, pengelolaan keuangan, dan modal pinjaman tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Perbedaan Penelitian ini mengunakan reponden sebanyak 60 responden sedangan peneliti sekarang hanya mengunakan 40 responden. Sedangkan persamaanya sama-sama membahas pengetahuan akuntansi, literasi keuangan, dan kinerja UMKM.

Hanifah Aprilia & Sulastiningsih. ''Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Sosial Media Terhadap Efektifitas Kinerja UMKM ''(June 2025). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh positif terhadap efektivitas kinerja UMKM, sedangkan media sosial berpengaruh positif terhadap efektivitas kinerja. Perbedaan Penelitian ini Penelitian ini hanya meneliti dua variabel bebas Literasi Keuangan, sedangkan penelitian sekarang menambahkan skala usaha, lama usaha, omzet, dan teknologi. sedangkan persamaannya Keduanya sama-sama meneliti literasi keuangan sebagai faktor yang memengaruhi kinerja UMKM, serta sama-sama berfokus pada UMKM sebagai objek penelitian.

Eko Prasetyo, Farida ''Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi, Budaya Organisasi dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM'' (2022). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukan bahwa e-commerce, pengetahuan akuntansi, budaya organisasi dan

literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Perbedaan Penelitian ini memperoleh sampel sebanyak 71 responden. sedangkan penelitian sekarang hanya memperoleh sampel sebanyak 36 responden. sedangkan persamaannya sama-sama membahas pengetahuan akuntansi, literasi keuangan, dan kinerja UMKM.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian UMKM

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1, dinyatakan usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagai- mana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.(Salman Al Farisi, 2022)

Usaha mikro, kecil dan menengah yang biasa disebut UMKM, yaitu suatu bentuk usaha yang dikelola oleh perorangan atau sekelompok orang dengan modal tertentu, dan tujuannya untuk mendapatkan keuntungan dengan mengembangkan proses bisnis yang fleksibel dan UMKM salah satu sektor yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan

distribusi pendapatan. Menurut data terbaru hingga tahun 2022, UMKM di Indonesia menyumbang sekitar 61,2% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% dari total angkatan kerja di sektor swasta.(Kustina & Utami, 2022)

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat di simpulkan pengertian UMKM melalui UU No.9 Tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dirubah ke Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut (Salman Al Farisi, 2022):

1. Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang 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 sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan 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 atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang- Undang ini.

3. Usaha Besar merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di indonesia.
4. Dunia Usaha merupakan Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

2.2.2 Klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Salman Al Farisi, 2022) :

a. Livelhood Activities, merupakan usaha berskala mikro kecil dan menengah yang mampu membuka peluang kesempatan kerja untuk mendapat- kan penghasilan, yang lebih umum biasa disebut sektor informal, seperti pedagang kaki lima.
b. Micro Enterprise, yaitu suatu usaha mikro kecil dan menengah yang mempunyai sifat-sifat sebagai pengrajin namun belum mempunyai sifat-sifat kewirausahaan.
c. Small Dynamic Enterprise, yaitu sebuah usaha mikro kecil dan menengah yang telah mempunyai jiwa kewirausahaan serta mampu untuk menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
d. Fast Moving Enterprise, merupakan usaha mikro kecil dan menengah yang telah mempunyai jiwa wirausaha dan pelaku usaha akan

melakukan pengembangan atau transformasi menjadi usaha berskala besar (UB).

2.2.3 Ciri-Ciri Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Ciri-Ciri Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah :

a. Jenis komoditi yang diusahakan tidak tetap dan bisa berganti sewaktu-waktu.
b. Tempat menjalankan usahanya sewaktu waktu bisa berpindah.
c. Belum menerapkan kegiatan administrasi dalam menjalankan usahanya, bahkan seringkali tidak bisa membedakan keperluan keuangan untuk pribadi maupun keuangan usaha.
d. Sumber daya manusia (SDM) di dalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni.
e. Biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah.
f. Para pelaku UMKM biasanya belum mempunyai jaringan perbankan, akan tetapi sebagian dari mereka telah mempunyai jaringan ke Lembaga- lembaga keuangan bukan bank.
g. Umumnya para pelaku usaha kecil belum mendapatkan bukti legalitas atau surat ijin usaha, seperti nomor pokok wajib pajak (NPWP).

2.2.4 Rasio UMKM

Risiko merupakan dampak dari ketidakpastian terhadap pencapaian objektif (Qintharah, 2009). Berdirinya bisnis, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), membawa beragam risiko seperti keuangan, operasional, dan pemasaran. Pengelolaan risiko menjadi kunci penting bagi

perkembangan UMKM, yang rentan terhadap ketidakpastian dan persaingan bisnis. Manajemen risiko UMKM melibatkan identifikasi, penilaian, dan pengelolaan risiko untuk mengatasi ketidakpastian masa depan. Meskipun risiko bisnis tak terhindarkan, UMKM memiliki peran vital dalam pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan kontribusi pada pengembangan yang berkelanjutan. Pemahaman dan tanggapan aktif terhadap risiko finansial, operasional, dan pemasaran menjadi faktor krusial bagi keberhasilan dan pertumbuhan berkelanjutan UMKM. (Aziz et al., 2024)

1. Risiko Operasional dan Pertumbuhan UMKM

   Pertumbuhan UMKM merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia, namun dihadapkan pada berbagai risiko yang dapat menghambat perkembangan dan keberlanjutan bisnis. Risiko operasional yang mencakup masalah pasokan bahan baku dan kurangnya inovasi menjadi perhatian utama, terutama karena UMKM memiliki keterbatasan sumber daya. Jikrillah et al., (2021) di Kota Banjarmasin menunjukkan bahwa risiko operasional memiliki potensi menghambat pertumbuhan UMKM dan strategi manajemen risiko menjadi kunci untuk mendukung pertumbuhan. Ini melibatkan langkah-langkah seperti peningkatan manajemen sumber daya manusia, investasi teknologi yang sesuai, dan diversifikasi rantai pasokan.

2. Risiko Tingkat Suku Bunga dan Pertumbuhan UMKM

   Tingkat suku bunga memainkan peran krusial dalam pertumbuhan UMKM dimana menjadi faktor yang dapat menghambat perkembangan bisnis. Fluktuasi tingkat suku bunga yang tinggi akan meningkatkan biaya pinjaman, membatasi profitabilitas, dan mempersulit akses UMKM terhadap modal tambahan. Bustami et al., (2022) yang melakukan penelitian pada UMKM di Hamparan Rawang menunjukkan dampak signifikan tingkat suku bunga terhadap pertumbuhan UMKM, terutama pada penjualan dan keuntungan yang akan dihasilkan. Kenaikan tingkat suku bunga juga mempengaruhi keputusan investasi dan pembiayaan UMKM sehingga membuat mereka lebih berhati-hati.

3. Risiko Likuiditas dan Pertumbuhan UMKM

   Risiko likuiditas memberikan dampak negatif pada pertumbuhan UMKM dalam berbagai aspek. Pertama, ketidakmampuan memenuhi kewajiban keuangan tepat waktu dapat menghasilkan penalti dan denda, merugikan margin keuntungan, dan membatasi kemampuan UMKM untuk berinvestasi. Risiko ini meningkatkan biaya operasional, mengurangi profitabilitas, dan menghambat pengembangan bisnis atau inovasi. Selain itu, risiko likuiditas menghambat akses UMKM ke pembiayaan eksternal karena institusi keuangan enggan memberikan kredit kepada UMKM dengan risiko likuiditas tinggi. Penelitian Sajjad et al., (2020) yang dilakukan pada UMKM di Jember menunjukkan

bahwa risiko likuiditas berpengaruh pada pertumbuhan UMKM, terutama risiko yang berkaitan dengan modal dan pencatatan keuangan.

4. Risiko Pemasaran dan Pertumbuhan UMKM

   Risiko pemasaran memiliki dampak signifikan terhadap pertumbuhan UMKM, di mana dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat, UMKM rentan terhadap risiko kegagalan strategi pemasaran yang tidak efektif. Kesulitan dalam menciptakan strategi pemasaran yang membedakan produk atau layanan dapat menghambat daya saing UMKM di pasar. Selain itu, perubahan preferensi konsumen dan fluktuasi permintaan pasar juga menjadi risiko pemasaran yang dapat mempengaruhi pertumbuhan dan kinerja UMKM. Adanya risiko ini membuat pentingnya pengelolaan pemasaran yang adaptif dan responsif terhadap perubahan tren pasar.

2.2.5 Manfaat UMKM

1. **Penyumbang Terbesar Produk Domestic**

   Manfaat bisnis sektor UMKM adalah meningkatnya produk yang dihasilkan oleh dalam negeri. Produk-produk yang ada tidak hanya akan merambah pasar nasional saja tapi juga produk dalam negeri bisa merambah pasar internasional.

2. **Terbukanya Lapangan Pekerjaan**

   Tidak dapat disangkal lagi bahwa sektor UMKM secara tidak langsung mem- buka peluang bagi orang-orang untuk men- dapatkan

pekerjaan. Hal ini bisa membantu pemerintah mengurangi jumlah angka peng- angguran yang ada.

3. Solusi Masyarakat Kelas Menengah

Modal yang diperlukan untuk mem- buka usaha dalam sektor UKM ini tidaklah susah. Bisa dikatakan mudah. Banyak sudah lembaga pemerintah yang membantu untuk memberikan bantuan dana modal dengan jumlah nilai kredit yang kecil

2.2.6 Kekuatan dan kelemahan UMKM

1. Kekuatan UMKM

UMKM mempunyai beberapa kekuatan potensial yang mampu menjadi pusat pengembangan usaha di masa men- datang yaitu :

a. Penyedia lapangan kerja di sektor usaha industri kecil yang mampu menyerap tenaga kerja hingga 50% tenaga kerja yang tersedia
b. Keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti mampu menciptakan wirausaha baru yang dapat membangkitkan tumbuh dan berkem- bangnya wirausaha baru
c. Mempunyai bagian sendiri usaha pasar yang unik, meng- gunakan manajemen yang sederhana dan fleksibel dari kemungkinan perubahan pasar
d. Mampu diberdayakannya sumber daya alam yang ada di sekitar, industri kecil sebagian besar dapat memanfaatkan

limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya

e. Memiliki potensi untuk berkembang.

2. Kelemahan UMKM

Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Mikro terdiri dari 2 faktor :

a. Faktor Internal Faktor internal, merupakan masalah yang sering dihadapi oleh UMKM yaitu :

1. Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia.
2. Terbatasnya area pemasaran produk yang sebagian besar dari pengusaha Industri Kecil lebih mengutamakan pada aspek produksi sedangkan untuk fungsi-fungsi pemasaran kurang mempunyai kemampuan dalam mengaksesnya, khusus- nya dalam memperoleh informasi pasar dan jaringan pasar, sebagai konsekuensinya sebagian besar dari mereka hanya sebagai tukang saja.
3. Konsumen cenderung belum mempercayai kualitas produk industri kecil.
4. Kendala yang sering dihadapi adalah masalah permodalan usaha dari sebagian besar industri kecil memanfaatkan modal sendiri yang jumlahnya relatif kecil.

b. Faktor eksternal, merupakan masalah yang ditimbul- kan oleh pihak pengembang dan pembina UMKM.

Yaitu usulan pemecahan masalah yang diberikan tidak tepat sasaran dan seringkali monitoringnya tidak dilakukan dan program yang tumpang tindih. Dari kedua faktor tersebut muncullah kesenjangan di antara faktor internal dan eksternal, yaitu di sisi perbankan, BUMN dan lembaga pendamping lainnya sudah siap dengan pemberian kredit, tapi UMKM mana yang diberi, karena berbagai ketentuan yang harus dipenuhi oleh UMKM. Pola yang ada sekarang adalah masing-masing lembaga/institusi yang memiliki fungsi yang sama tidak berkoor- dinasi tapi Al Farisi–Peran UMKM 79 berjalan sendiri-sendiri, apakah itu perbankan, BUMN,departemen, LSM, perusahaan swasta. Di samping dengan keterbatasannya UMKM menjadi penopang perekonomian menjadi roda perekonomian menjadi kenyataan.

2.2.7 Pengertian Skala Usaha

Menurut Naufal Irfa Nabawi (2018) Skala usaha adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola usaha dengan memerhatikan besarnya aset, jumlah karyawan, dan pendapatan yang diperoleh selama satu periode akuntansi. Skala usaha merupakan salah satu indikasi perkembangan suatu perusahaan dimana perusahaan yang besar akan membawa dampak bagi karyawan yang terlibat didalamnya.

Bertambahnya karyawan dari tahun ketahun menandakan perusahaan tumbuh dan berkembang dikarenakan perusahaan yang besar akan membutuhkan karyawan dengan jumlah yang besar pula. Jika skala usaha meningkat, maka proporsi perusahaan dalam menyediakan informasi akuntansi, dan informasi tambahan juga meningkat (Meliana & Dewi, 2015). Penggunaan informasi akuntansi akan sangat membantu dalam mengelola kompleksitas suatu perusahaan.(Kustina & Utami, 2022)

Jenis-jenis skala usaha dibagi menjadi 4 yaitu sebagai berikut:

a. Mikro Usaha

Merupakan bisnis yang memiliki skala kecil dengan jumlah karyawan yang terbatas dan sering kali dimiliki dan dijalankan oleh individu atau keluarga, pendapatan rendah, dan biasanya hanya melayani pasar lokal atau regional. Kriteria usaha mikro diantaranya memiliki aset maksimal 50 juta, omset yang didapatkan maksimal 300 juta dan jumlah tenaga kerja kurang dari 5 orang.

b. Kecil Usaha

Lebih besar dari mikro usaha, memiliki lebih banyak karyawan, pendapatan yang lebih tinggi, dan mungkin memiliki jangkauan pasar yang lebih luas, namun masih fokus pada pasar lokal atau regional. Kriteria usaha kecil diantaranya memiliki aset lebih dari 50 juta sampai dengan 500 juta, omset yang didapatkan lebih dari 300 juta sampai dengan 2,5 miliar dan jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang.

c. Menengah Usaha

Merupakan bisnis dengan skala yang lebih besar, dengan jumlah karyawan yang signifikan, pendapatan substansial, dan bisa memiliki operasi yang tersebar di beberapa wilayah atau bahkan nasional. Kriteria usaha menengah diantaranya memiliki aset lebih dari 500 juta sampai dengan 10 miliar, omset yang didapatkan lebih dari 2,5 miliar sampai dengan 50 miliar dan jumlah tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang.

d. Besar atau Korporasi

Perusahaan besar dengan skala yang besar, memiliki banyak karyawan, pendapatan tinggi, dan dapat memiliki operasi yang tersebar luas secara nasional atau internasional. Kriteria usaha besar diantaranya memiliki aset lebih dari 10 miliar, omset yang didapatkan lebih dari 50 miliar dan jumlah tenaga kerja lebih dari 99 orang.

2.2.8 Pengertian Lama Usaha

Menurut (Salim & Rahmadhani, 2024) lama usaha Jangka waktu yang dihabiskan pengusaha untuk menjalankan usaha mereka sangatdipengaruhi oleh strategi yang mereka pilih dan cara mereka menjalankan bisnis mereka. Pengusaha yang telah bekerja lebih lama akan mempunyai strategi yang mendalam dan tepat terkait dengan pengelolaan, produksi, dan pemasaran barang (Husaini, 2017). Karena pengusaha yang mempunyai pengetahuan dan pengalaman luas akan

mempunyai kemampuan untuk membuat keputusan dalam berbagai situasi.

Moenir A.S (2008) bahwa semakin lama seseorang dalam menekuni bekerjanya, maka Ia semakin berpengalaman, matang dan mahir dalam pekerjaan yang dipertranggungjawabkan kepadanya. Lama usaha secara teoritik manunjukkan pengaruh yang positif terhadap peningkatan pendapatan. Asumsi dasar yang digunakan adalah semakin banyak lama usaha seseorang akan semakin tinggi pula produktifitas kerja seseorang dan menghasilkan produksi yang memuaskan. Karena lama usaha serta tingkat pengetahuan yang lebih banyak memungkinkan seseorang tersebut lebih produktif bila dibandingkan dengan yang relative kurang dalam lama usaha.

2.2.9 Pengaruh Lama Usaha

1. Pengaruh Lama Usaha Terhadap Laba Usaha

   berpengaruh signifikan terhadap laba usaha mikro di Kota Palopo, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan pengelolaan modal usaha berpengaruh pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (profitabilitas), dimana perusahaan yang dikatakanmemiliki tingkat profitabilitas tinggi berarti tinggi pula efisiensi penggunaan modal usaha yang digunakan perusahaan tersebut.

2. Pengaruh Lama Usaha Terhadap Omzet Usaha

   berpengaruh signifikan terhadap laba usaha melalui omzet usaha dan labor cost. Adanya hasil yang tidak signifikan terhadap antara lama usaha terhadap laba usaha karena lamanya suatu usaha tidak menjamin, jika tidak diikuti dengan perkembangan jaman artinya unit usaha harus selalu berinovasi dan berkreasi dalam menjalankan kegiatan usahanya untuk meningkatkan laba usaha. Dengan demikian akan meningkatkan pula kesejahteraan ekonomi karena peningkatan pendapatan/laba usaha mikro yang ada.

3. Pengaruh Lama Usaha terhadap Omzet Penjualan

   pengaruh terhadap omzet penjualan pedagang kios di Pasar Tradisional Tarowang. Dengan kata lain, besarnya omzet penjualan pedagang kios di Pasar Tradisional Tarowang dipengaruhi oleh lamanya usaha yang telah ditekuni oleh para pedagang.

2.2.10 Pengertian Omzet

Omzet dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Edisi III adalah jumlah uang penjualan barang (dagangan) tertentu selama suatu masa jual. Jumlah pendapatan atau penjualan yang dihasilkan perusahaan dapat menunjukkan perputaran aset atau modal yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga semakin besar pendapatan atau penjualan yang diperoleh .Omzet usaha merupakan hasil atau jumlah pendapatan yang diperoleh perusahaan. informasi akuntansi akan sangat dibutuhkan, dengan sangat dibutuhkannya

informasi akuntansi, maka dengan skala usaha yang semakin meningkat penerapan informasi akuntansi dalam perusahaan juga akan meningkat.

Menurut Chaniago yang dikutip oleh Retno Hidayati dan Nisa, omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjulan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Omzet penjualan adalah keseluruhan penjualan jumlah barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang diperoleh.

Omzet penjualan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Alwi (2015) adalah jumlah uang hasil penjualan barang tertentu selama suatu masa jual. memberikan pengertian omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi (Williem et al., 2022)

2.2.11 Fakto-faktor yang mempengaruhi omzet penjualan

Menurut faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya omzet penjualan, dibagi menjadi dua faktor yaitu :

1. faktor internal adalah sebagai berikut:
    a. Kemampuan perusahaan untuk mengelola produk yang, akan dipasarkan
    b. Kebijaksanaan harga dan promosi yang digariskan perusahaan.
    c. Kebijaksanaan untuk memilih perantara vang digunakan.

2. Faktor eksternal adalah sebagai berikut:
    a. Perkembangan ekonomi dan perdagangan baik nasional maupun internasional, perdagangan dan moneter.
    b. Kebijakan pemerintah di bidang ekonomi, perdagangan dan moneter.
    c. Suasana pesaing pasar

2.2.12 Pengetahuan Akuntansi

Pengetahuan akuntansi diartikan sebagai pengetahuan keakuntansian yang dimiliki pengusaha kecil dan menengah. Akuntansi merupakan suatu proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, pelaporan dan penganalisaan data keuangan suatu organisasi.Menurut Jusup, proses belajar mengenai akuntansi akan meningkatkan pengetahuan akuntansi pengusaha (manager) sehingga pemahaman 18 pengusaha (manager) untuk menerapkan informasi akuntansi juga akan semakin meningkat. Manfaat pengetahuan akuntansi bagi perusahaan adalah (Dzulfian Syafrian, 2025):

a. Mengetahui besarnya modal yang dimiliki perusahaan.
b. Mengetahui perkembangan atau maju mundurnya perusahaan.
c. Sebagai dasar untuk penghitungan pajak.
d. Menjelaskan keadaan perusahaan sewaktu-waktu memerlukan kredit bank atau pihak lain.
e. Dasar untuk menentukan kebijakan yang akan ditempuh.

f. Menarik minat investor saham jika perusahaan berbentuk perseroan terbatas.

Pengetahuan akuntansi dapat di identifikasi dari pengalaman pemilik usaha atau manajer pada partisipasinya dalam program pelatihan akuntansi yang pernah diikuti. Semakin baik pengetahuan akuntansi yang dimiliki oleh pemilik usaha atau manajer, maka semakin baik pula kemampuan mereka dalam menggunakan informasi akuntansi.

Indikator Pengetahuan Akuntansi dalam penelitian ini menggunakan pengetahuan proses utama pada akuntansi sebagai berikut:

1. Identifikasi (identifying) Pada awal proses akuntansi, perusahaan mengidentifikasi kegiatan ekonomi yang relevan dengan bisnisnya. Kegiatan ekonomi yang dimaksud yaitu 11 transaksi operasional yang terjadi pada perusahaan yang didukung oleh bukti transaksi. Bukti transaksi ini dikumpulkan sejak awal pada suatu periode untuk diidentifikasi. Identifikasi dilakukan dengan mengelompokan antara bukti-bukti transaksi berdasarkan jenis transaksinya agar kemudian dapat dilakukan penjurnalan.
2. Pencatatan (recording) Proses ini mencakup pencatatan (recording), penggolongan (classifying), dan pengikhtisaran (summarize) traksaksi-transaksi yang telah diidentifikasi secara kronologis dan sistematis ke dalam bentuk catatan perusahaan seperti jurnal, buku besar, neraca saldo, buku pembantu dan buku harian lainnya.

3. Komunikasi (communicating) Pada proses ini perusahaan mengkomunikasikan keadaan keuangan dengan penyusunan laporan keuangan dan disajikan bagi para pengguna laporan keuangan untuk membantu dalam pengambilan keputusan.

2.2.13 Pengertian Literasi Keuangan

Menurut Lusardi & Mitchell, 2007. Literasi keuangan merupakan pengetahuan tentang keuangan dasar, kemampuan untuk menggunakan pengetahuan tersebut, dan kepercayaan diri dalam mengatur keuangan. Literasi individu keuangan membuat Keputusan finansial yang tepat (Lusardi, 2019). Kemampuan literasi keuangan diperlukan untuk memahami, mengelola, menganalisis kondisi keuangan dan menyampaikan informasi keuangan serta dampaknya (Sari & Widodo, 2022). Dengan literasi keuangan yang memadai dan rendahnya literasi keuangan dapat berdampak buruk pada keputusan keuangan dan strategi bisnis, sehingga memengaruhi kinerja UMKM. Banyak pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi rendah Berbeda dengan itu, temuan dari penelitian Naufal & Purwanto (2022) menunjukkan bahwa pemahaman atau literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. literasi keuangan secara positif signifikan mepengaruhi kinerja UMKM. Maka dibuktikan bahwa makin tinggi tingkat literasi keuangan seorang pengelola/pemilik UMKM maka tinggi pula kinerja yang diperoleh UMKM tersebut.(Dwinta Mulyanti & Ai Nurhayati, 2022)

Literasi keuangan memiliki peranan yang sangat penting dimana makin tinggi ukuran pemahaman keuangan maka akan meningkatkan hasil keuangan yang akan dicapai oleh pengusaha karna keberhasilan suatu usaha terkait kemampuan pelaku usaha pada suatu keterampilan (Rosliyati & Iskandar, 2022)

Menurut (Nurhidayati & Anwar, 2018) Literasi Keuangan memiliki tiga komponen yaitu :

1. Pengetahuan Keuangan, dalam penilaian ini, indikator pengetahuan keuangan seperti: kredit dan hutang,tabungan, asurani serta dasar dasar keuangan lainnya.
2. Perilaku Keuangan, indikator perilaku keuangan ini meliputi: perencanaan anggaran, penyimpanan dan pengendalian uang, investasi dan pembayaran utang tepat waktu.
3. Sikap Keuangan, indikator sikap keuangan meliputi: pola pikir terhadap keuangan dan rencana masa depan.

2.2.14 Pengertian Teknologi informasi

Menurut Siregar dan Nasution (2020), Teknologi informasi merupakan proses yang mencakup pengumpulan, pengolahan, dan analisis data hingga penyimpanan data tersebut dengan berbagai metode untuk menghasilkan informasi yang berkualitas. sedangkan Menurut Aji dan Listyaningrum (2021), Teknologi informasi adalah memanfaatkan perkembangan teknologi oleh perusahaan untuk memasarkan dan menjual

barang serta jasa melalui platform digital, dengan tujuan meningkatkan pendapatan.

Pemanfaatan teknologi, khususnya teknologi informasi dan komunikasi, juga banyak diupayakan untuk meningkatkan daya saing UMKM dengan menekankan pada pengelolaan informasi sisi hilir (konsumen/pasar), yang disinyalir menjadi salah satu faktor penyebab lemahnya daya saing UMKM, dan juga pada sisi hulu (pemasok). Oleh karena itu, UMKM perlu berkolaborasi supaya dapat memecahkan permasalahan bersama tersebut Salah satu kunci keberhasilan usaha mikro, kecil dan menengah adalah adalah tersedianya pasar yang jelas bagi produk UMKM. Sementara itu kelemahan mendasar yang dihadapi UMKM dalam bidang pemasaran.Oleh karena itu, peran pemerintah diperlukan dalam mendorong keberhasilan UMKM untuk memperluas akses pasar melalui pemberian fasilitas teknologi informasi berbasis web yang dapat digunakan sebagai media komunikasi bisnis global. Dengan adanya internet dan TIK proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu. pemasaran adalah orientasi pasar rendah, lemah dalam persaingan yang kompleks dan tajam serta tidak memadainya infrastruktur pemasaran.(Basry & Sari, 2018)

2.2.15 Kinerja Keuangan

Menurut (Lestari et al., 2020) Kinerja keuangan menggambarkan keberhasilan suatu perusahaan dilihat dari hasil yang diperoleh dari berbagai aktivitas yang dilakukan. Pernyataan ini searah dengan yang dipaparkan

oleh Mukarromah et al., (2020) yang mengemukakan bahwa kinerja keuangan merupakan istilah yang digunakan untuk sebagian atau seluruh kegiatan entitas selama periode waktu tertentu. Kinerja ialah cerminan dari suatu kemampuan atau kekuatan perusahaan dalam mengusahakan mendistribusikan sumber dan dayanya. Menurut Alamsyah,(2020)

Kinerja keuangan UMKM memiliki beberapa indikator seperti laba bersih, likuiditas, solvabilitas, efisiensi operasional, dan rentabilitas. Laba bersih adalah selisih positif antara pendapatan yang diperoleh oleh UMKM dan biaya-biaya yang dikeluarkan. Laba bersih yang positif menunjukkan bahwa UMKM menghasilkan keuntungan setelah mengurangkan semua biaya.Likuiditas, likuiditas mengacu pada kemampuan UMKM untuk memenuhi kewajiban keuangan segera tanpa kesulitan. Salah satu indikator likuiditas yang umum adalah rasio lancar (current ratio), yang mengukur rasio antara aset lancar dengan kewajiban lancar. Semakin tinggi rasio lancar, semakin baik likuiditasnya. Solvabilitas merujuk pada kemampuan UMKM untuk membayar kewajiban jangka panjang. Rasio utang terhadap ekuitas adalah salah satu indikator solvabilitas yang umum digunakan. Semakin rendah rasio ini,semakin baik solvabilitas UMKM. (Keuangan & Inklusi, 2023)

Kinerja keuangan memiliki banyak manfaat dan pentingnya tidak bisa diabaikan seperti Pengambilan Keputusan yang Bijak, Pencegahan Masalah Keuangan,Peningkatan Manajemen Keuangan

Pribadi, Masa Depan Keuangan yang Lebih Baik, Kemandirian Keuangan, Peningkatan Daya Saing dalam Dunia Kerja, Pertumbuhan Ekonomi, Pencegahan Penipuan Keuangan, Kesejahteraan Mental dan Emosionaldan Kesejahteraan Sosial. Secara umum, literasi keuangan memiliki dampak positif yang signifikan pada kehidupan individu, bisnis, dan ekonomi secara keseluruhan. Oleh karena itu, pendidikan dan promosi literasi keuangan merupakan investasi yang sangat penting (Aribawa, 2016).

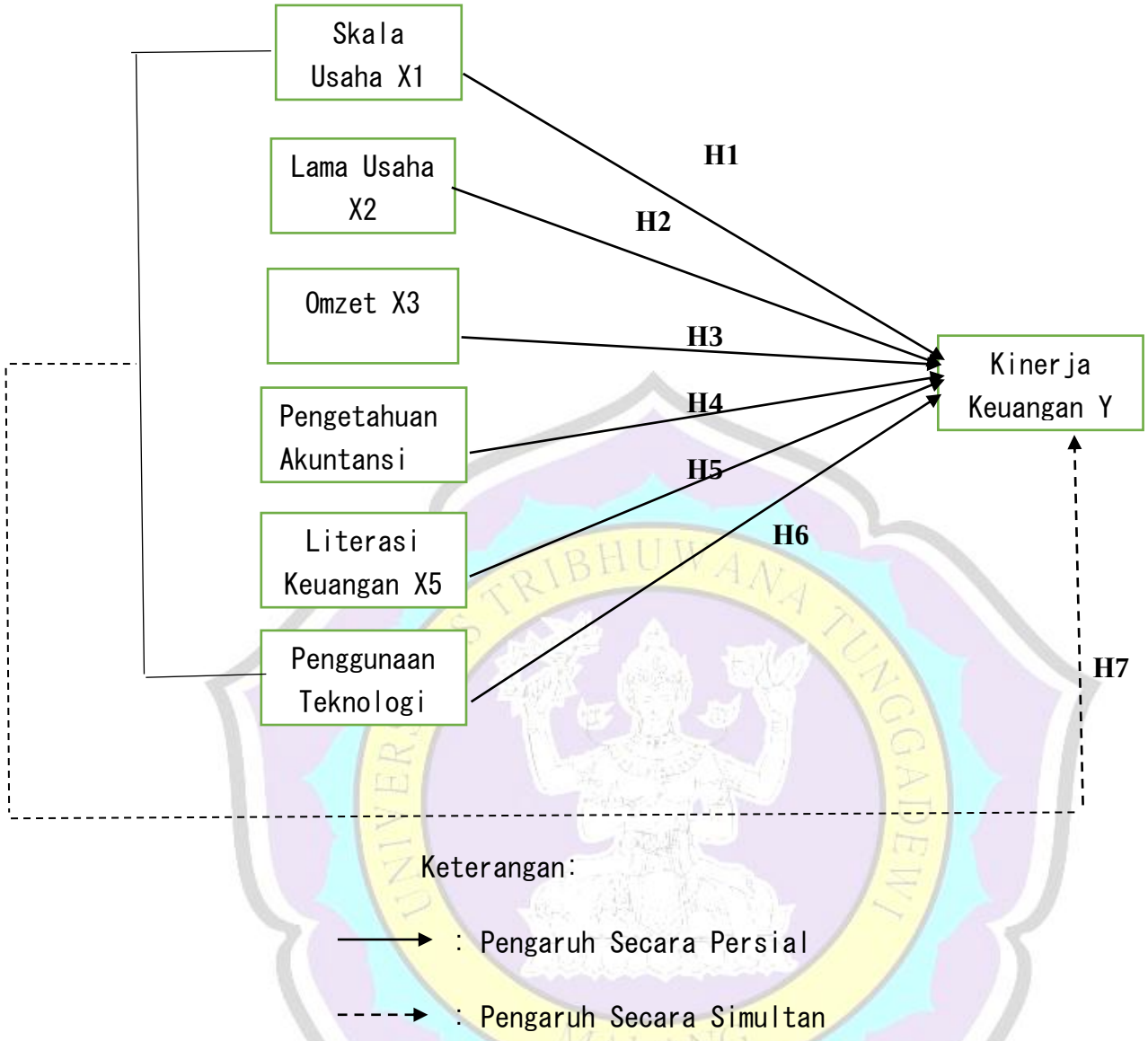
2.3 Kerangka Konsep

Kerangka konseptual atau kerangka pikir merupakan suatu visualisasi yang menggambarkan hubungan antara dua konsep atau lebih yang saling terkait. Kerangka konseptual ini menjadi dasar berpikir bagi peneliti dalam penelitian berikut ini adalah representasi visual dari kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini.

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian karena jumlahnya relatif besar dan berkontribusi pada produk domestik bruto. Dalam operasionalnya,UMKM menghadapi masalah penyusunan laporan keuangan secara sederhana, modal terbatas,tidak ada inovasi,tidak ada pecatatan biaya yang jelas namun hanya mengandalkan ingatan sehingga kinerjanya juga berpengaruh. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM antara lain faktor internal seperti skala usaha ,lama usaha,omzet,pengetahuan akuntansi,literasi keuangan,penggunaan teknologi serta faktor eksternal antara lain akses permodalan,kondisi pasar,kebijakan pemerintah,lingkungan

teknologi dan digitallisasi skala usaha yang lebih besar cendrung memiliki sumber daya yang lebih memadai,sedangkan lama usaha mencerminkan pengalam dalam menjalankan bisnis. Omzet menunjukan tingkat pendapatan usaha sementara pengetahuan akuntansi dan literasi keuangan membantu pelaku usaha dalam mengelola keuangan secara efektif selain itu,penggunaan teknologi dapat meningkatakan efisiensi dan memperluas jangkauan pasar.

Hal tersebut di dukung oleh berbagai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM. Oleh karena itu,penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh skala usaha ,lama usaha,omzet,pengetahuan akuntansi,literasi keuangan,penggunaan teknologi terhadap kinerja keuangan UMKM di Kecamatan ngantang.



Gambar 2.1 Kerangka Konsep

a. Skala Usaha (X1)

Skala usaha merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola usahanya berdasarkan jumlah karyawan dan pendapatan perusahaan dalam kurun waktu tertentu (Holmes, 2011).

a. Lama usaha(X2)

Lama usaha merupakan lama waktu yang sudah dijalani pedagang dalam menjalankan usahanya (Asmie, 2008). Satuan variabel lama usaha adalah tahun.

a. Omzet (X3)

Omzet merupakan jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama suatu masa jual. Swastha (2016) memberikan pengertian omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi.

a. Pengetahuan akuntansi (X4)

Pengentahuan akuntansi merupakan pengetahuan tentang proses pencatatan dari transaksi- transaksi dari suatu kejadian dalam suatu perusahaan yang memberikan informasi kepada pihak internal atau eksternal perusahaan dan membantu mereka dalam pengambilan keputusan.

a. Literasi keuangan (X5)

Literasi keuangan merupakan pengetahuan tentang keuangan dasar, kemampuan untuk menggunakan pengetahuan tersebut, dan kepercayaan diri dalam mengatur keuangan Menurut (Lusardi & Mitchell, 2007).

a. Penggunaan Teknologi (X6)

merupakan seperangkat teknologi digunakan oleh suatu organisasi untuk membuat, memproses dan mendistribusikan informasi dalam segala bentuknya Sagita et al., (2021).

2.4 Hipotesis

Hipotesis penelitian menurut (Arikunto, 2000). Hipotesis diartikan sebagai jawaban jawaban sementara terhadap masalah, selanjutnya dijelaskan bahwa, pada umumnya hipotesis di rumuskan untuk menggambarkan hubungan antara dua variabel, yakni variabel penyebab dan variabel akibat,dan ada yang menggambarakan perbandingan dari satu variabel dan dua sampel. Berdasarkan latar belakang dan penyimpulan data dari penelitian terdahulu terutama penulis, maka dihasilkan kesimpulan hipotesis yang sudah dirangkum atas dasar penelitian terdahulu sebagai berikut (Keuangan & Inklusi, 2023):

H1 :Skala Usaha berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan UMKM.

H2 : Lama Usaha berpengaruh Positif terhadap Kinerja Keuangan UMKM.

H3 : Omzet berpengaruh Positif terhadap Kinerja Keuangan UMKM.

H4:Pengetahuan akuntansi berpengaruh Positif terhadap Kinerja Keuangan UMKM.

H5 : Literasi Keuangan berpengaruh positif Kinerja Keuangan UMKM.

H6:Penggunaan Teknologi berpengaruh positif Kinerja Keuangan UMKM.

H7:Skala usaha, lama usaha, omzet, pengetahuan akuntansi, literasi keuangan, penggunaan teknologi secara simultan terhadap kinerja keuangan UMKM