

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu atau penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian saat ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Hendry Khoeswandy Kho (2018). Yang berjudul Perumusan Strategi Bisnis pada My Green Laundry Malang. Dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi bisnis pada my green laundry di Malang. Hasil penelitiannya menunjukkan adanya ancaman dari produk pengganti, sehingga diperlukan strategi untuk mengantisipasinya. Pada usaha laundry kekuatan tawar menawar konsumen tidaklah begitu berpengaruh. Faktor utama kekuatan pada usaha my green laundry yaitu lebih mengutamakan kualitas pelayanan, seperti mencuci sesuai dengan permintaan konsumen. Pelayanan antar gratis dan jam buka yang lebih pagi dan jam tutup paling malam. Sedangkan kelemahan pada usaha laundry ini adalah harga yang lebih mahal, kegiatan promosi atau pemasaran yang kurang maksimal, tidak memiliki website dan karyawan masih rangkap tugas sehingga mengakibatkan kurang fokus dalam satu pekerjaan. Salah satu alternatif untuk strategi yang layak dilakukan adalah penetrasi pasar. (Khoeswandy Kho & Rofiq SKom, 2018)
2. Penelitian yang dilakukan oleh Ariawan, Made Sydarma, Djumahir, Ghozali, Maskie (2016). Yang berjudul Penerapan Strategi Bisnis untuk Meningkatkan Kinerja UKM. Dengan tujuan untuk menganalisis dan menguji strategi bisnis yang digunakan dalam meningkatkan kinerja UKM. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi paling tepat dan cocok diterapkan oleh UKM karawo yaitu strategi kepemimpinan biaya dan juga strategi diferensiasi yang mampu meningkatkan kinerja. Tetapi strategi ini belum mampu meningkatkan kinerja UKM karawo. Pada kenyataannya dari penelitian ini bahwa pentingnya UKM karawo memilih dan menerapkan strategi yang tepat dan sesuai dengan kemampuan mereka, seperti dengan mengedepankan strategi kepemimpinan

biaya dan juga deferensiasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan.(Ariawan dkk., 2016)

3. Penelitian yang dilakukan oleh Murkimaa, Esti Prastika, Djauhar Edi Purnomo (2019). Yang berjudul Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Perusahaan pada UMKM di Kota Pekalongan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Sistem informasi akuntansi (SIA) berpengaruh positif pada kinerja UMKM, sehingga dapat dilihat dengan jelas bagaimana peran sistem informasi akuntansi bagi perkembangan UMKM. Keberadaan UMKM di pekalongan semakin meningkat dari tahun ke tahun, dengan begitu pemerindah daerah akan semakin memperhatikan peningkatan kontibusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja. (Mukrimaa dkk, 2016)
4. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Sari. Yang berjudul Penerapan Strategi Bisnis dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UKM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi bisnis sangat berpengaruh terhadap kinerja UKM. Dengan penerapan strategi bisnis semakin baik maka akan meningkatkan kinerja ukm menjadi lebih efektif. Para pelaku usaha juga harus meperhatikan kenyamanan dan kepuasan konsumen untuk memberikan nilai tambah terhadap UKM nya. (Fitri sari 2021)
5. Penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu Imbayani, Dewa Made Emdiana (2015). Yang berjudul pengaruh pemahaman dan penerapan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja umkm pengrajin genteng di kabupaten Tabanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pemahaman mengenai sistem informasi berpengaruh positif pada kinerja UMKM pengrajin genteng. Penerapan sistem informasi memiliki pengaruh yang positif pada kinerja UMKM pengrajin genteng. Dengan demikian penerapan sistem informasi akan berdampak baik bagi pengrajin genteng. (Imbayani & Endiana, 2015)
6. Azize Esmeray (2016) jurnal internasional. Yang berjudul Dampak Sistem Informasi Akuntansi pada Kinerja Perusahaan studi kasus di usaha kecil dan menengah Turki. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan sistem informasi akan menjadi lebih umum apabila tingkat pendidikan lanjutan meningkat. Dan apabila terdapat hubungan positif antara jumlah

perusahaan karyawan dan penggunaan sistem informasi akuntansi (SIA) telah ditemukan. (Esmeray, 2016)

B. Uraian Teori

1. Kinerja Usaha Kecil Menengah

a. Pengertian Kinerja

Secara umum, kinerja merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melakukan tugas pokok sesuai dengan tanggung jawab yang dibebankan atau diberikan kepadanya. Kinerja pada dasarnya bisa dilihat dari dua segi, yaitu kinerja pegawai atau perindividuan dan kinerja organisasi atau perusahaan.

Konsep kinerja menurut Presiden RI No. 7 tahun 1999 tentang akuntabilitas kinerja instansi pemerintah, kinerja ialah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan atau program dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi suatu organisasi atau perusahaan dalam perumusan perencanaan strategis (*strategic planning*).

b. Pengertian UKM

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah jenis usaha kecil yang berdiri sendiri dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Menurut Presiden RI No.99 tahun 1998, Usaha Kecil adalah “kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan jenis usaha yang mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.”

Sementara usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan termasuk anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, dan menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang diatur dalam undang-undang ini. Usaha yang dikategorikan sebagai usaha menengah yaitu apabila kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 sampai

Rp.10.000.000.000 (10 miliar), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

c. Kinerja UKM

Pengukuran kinerja UKM di Indonesia pada umumnya tidak memiliki atau tidak konsisten dalam hal pencatatan dan pelaporan hasil kinerja keuangan dan produksinya setiap periode, maka pengukuran UKM dengan menggunakan metode pengukuran subyektif seperti volume penjualan, profitabilitas, dan pangsa pasar (Buwana 2018). Sementara menurut Mutegi dkk (2015) Kinerja UKM yaitu hasil kerja yang dicapai oleh individu dan menyesuaikan dengan peran atau tugas dalam suatu perusahaan pada suatu periode tertentu, yang berhubungan dengan suatu ukuran nilai atau standart tertentu dari perusahaan individu tersebut bekerja.

Pengukuran kinerja usaha mengedepankan atau mengutamakan aspek profitabilitas, produktivitas, dan pasar yang dipersepsikan pengelola atau pemilik UKM terkait dengan kesesuaian ukuran – ukuran pada pencapaian kinerja.

d. Bentuk Usaha UKM

Menurut Muhammad dan Khairandi dalam buku Prespektif Hukum Ekonomi yang ditulis oleh Fajar (2016) bentuk usaha yang ada dalam UKM antara lain sebagai berikut:

- 1) Perusahaan Perseorangan
- 2) Perusahaan Firma
- 3) Perusahaan Persekutuan Komanditer (CV)
- 4) Perseroan Terbatas
- 5) Koperasi
- 6) Perusahaan Milik Negara, yang terdiri dari perusahaan Perseorangan (persero) dan perusahaan Umum (perum).

Jika dilihat dari aspek hukumnya, beberapa perusahaan tersebut dapat dikelompokkan menjadi:

- 1) Perusahaan berbadan hukum, yaitu Perseroan Terbatas (PT), Koperasi, dan Perusahaan Milik Negara (BUMN).
- 2) Perusahaan yang bukan berbadan hukum, yaitu Perusahaan Firma, Perusahaan Persekutuan Komanditer (CV), dan Perusahaan Perseorangan (Persero).

Sementara itu jika dilihat dari kepemilikannya, maka kriteria perusahaan antara lain sebagai berikut:

- 1) Perusahaan Perseorangan merupakan perusahaan yang dimiliki dan dijalankan oleh satu orang, yang artinya tanggungjawab mutlak di tanggung oleh pemilik sekaligus pengelola usaha tersebut.
- 2) Perusahaan Persekutuan merupakan perusahaan yang dimiliki oleh dua orang atau lebih. Ada tanggung jawab untuk jenis perusahaan firma, dan tanggung jawab terpisah bagi perusahaan komanditer (CV) dan tanggung jawab terbatas untuk perseroan terbatas (PT) antara pemegang saham dengan dewan direksi serta pembedaan tanggung jawab bagi pengurus dan anggota terhadap perusahaan koperasi.
- 3) Perusahaan Kelompok (*holding company/ group*) ialah kelompok bisnis yang mempunyai banyak perusahaan, yang artinya suatu perusahaan mempunyai satu kesatuan ekonomi baik finansial maupun manajemen perusahaan, akan tetapi masing-masing dari perusahaan tersebut berdiri sendiri.

2. Strategi Bisnis

a. Pengertian Strategi Bisnis

Strategi bisnis yang paling utama pada perusahaan adalah bagaimana membangun dan memperbaiki keadaan perusahaan dalam persaingan bisnis jangka panjang. Menurut Freddy Rangkuti (2013) pada penelitian (Wicaksana & Rachman, 2018) “strategi merupakan kekuatan motivasi bagi stakeholders seperti manajer, karyawan, konsumen, pemerintah, komunitas, dan yang lainnya baik secara langsung maupun secara tidak langsung menerima keuntungan biaya yang dilakukan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan”.

Menurut stephanie K. Marrus (Eni,1967) pengertian strategi bisnis diartikan sebagai salah satu proses penentu rencana oleh para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang suatu perusahaan atau organisasi yang disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya untuk dapat mencapai sebuah tujuan. Menurut Solihin (2012, p196) dalam penelitian (Jilie 2017), “strategi bisnis (business strategy) merupakan strategi yang berbeda dengan level korporat, strategi ini lebih berfokus pada peningkatan posisi bersaing produk atau jasa perusahaan di dalam industri atau segmen pasar tertentu”.

Menurut Rahayu (2020) mengatakan “strategi bisnis adalah strategi mencapai tujuan yang sering dianalogikan atau disamakan dengan strategi catur yang mana sistematika berfikir penyusunan rencana, kegesipan melangkah, keberanian mengambil resiko dan dorongan untuk memenangkan pertandingan merupakan beberapa karakteristik permainan catur yang relevan dengan praktek pengelolaan bisnis”.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat di simpulkan bahwa strategi bisnis merupakan strategi untuk mencapai tujuan pengelolaan bisnis dan panduan untuk rencana strategi suatu perusahaan yang dimaksudkan untuk membangun atau adanya kemampuan berinovasi baru supaya dapat membuat posisi bersaing suatu produk atau jasa perusahaan dalam industri. Segmen pasar tertentu untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti peningkatan laba perusahaan. Hal ini berarti mampu untuk mengelola setiap karyawan atau tenaga kerja dan mempunyai keinginan berprestasi dalam memproduksi produk yang dihasilkan.

Menurut Nur, Z. M. S (2018) mengutarakan bahwa keberhasilan dalam suatu bisnis bergantung pada tawaran produk atau jasa yang kompetitif di pasar dunia, bukan hanya sekedar pasar lokal, pasar global menjadi sebuah realitas. Jika harga dan kualitas produk atau jasa dalam perusahaan tidak kompetitif maka suatu perusahaan tersebut akan mengalami kangkrutan, dengan begitu strategi adalah hal yang penting dalam suatu perusahaan. Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang ingin di capai. Strategi bisnis meliputi ekspansi geografis, diversifikasi akuisisi, pengembangan produk, penetrasi

pasar, pengetahuan, divestasi, likuidasi dan usaha patungan (join ventur). Strategi bisnis berkenaan dengan bagaimana menciptakan dan memelihara keunggulan kompetitif pada masing-masing industri yang telah dipilih oleh perusahaan untuk berprestasi. Hal tersebut bergantung pada dua aspek yang saling berkaitan seperti, misi dengan keseluruhan perusahaan dan keunggulan kompetitif yang sebaiknya bagaimana unit bisnis bersaing (Nur, Z. M. S. 2018).

b. Tahap Utama Dalam Pengembangan Strategi Bisnis

Pengembangan strategi bisnis merupakan tanggung jawab dari setiap perusahaan atau organisasi yang membutuhkan pandangan kedepan, kreativitas dan motivasi. Pada dasarnya pemilik usaha dalam pengembangan usahanya harus mampu melihat peluang dimana prang lain tidak mampu melihatnya, memulai usaha dan menangkap peluang bisnis (usaha), dan menjalankan usahanya dengan berhasil. Pada penelitian Indriani, L. 2019 terdapat 4 (empat) tahap dalam pengembangan strategi bisnis sebagai berikut:

(1) Perencanaan keuangan

Pada tahun 1950-an masalah utama yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan besar adalah perlunya kendali terhadap bisnis yang semakin beragam dan semakin besar.

(2) Perencanaan pada perusahaan

Pada tahun 1960-an muncul satu keragaman dari perencanaan di tengah ekonomi pasar kapitalis dan saat itu memperlihatkan garis besar tujuan strategi, memproyeksi investasi dan penjualan, dan mengidentifikasi peluang untuk pengembangan pasar, produk dan bisnis baru.

(3) Analisis industri dan penentuan posisi yang bersaing

Pada tahun 1973 sampai tahun 1974 terjadi krisis minyak untuk pertama kalinya. Terjadilah kegagalan peramalan ekonomi dan rencana yang didasarkan pada peramalan tersebut, maka berakibat pergeseran fokus yang terjadi.

(4) Mengeksploitasi keuntungan strategi perusahaan

Masalah terhadap strategi yang didasarkan pada analisis industri dan penentuan posisi pasar merupakan strategi pendorong bagi perusahaan mengadopsi penentuan posisi yang serupa.

c. Dimensi Strategi Bisnis

Menurut Miller terdapat 3 (tiga) dimensi strategi bisnis yaitu kepemimpinan biaya, diferensiasi marketing, dan diferensiasi inovasi. Beberapa studi telah menunjukkan bahwa dimensi ini sesuai dan mempunyai hubungan erat. Perencanaan strategi jangka panjang diturunkan dari usaha perusahaan untuk mencari dasar keunggulan bersaing dari strategi generik yaitu:

- (1) Mengejar untuk mencapai biaya rendah (overall cost leadership) terhadap industri. Untuk mengendalikan biaya dalam overall cost leader dilakukan efisiensi biaya yang dapat diperoleh dari mempunyai karyawan yang berpengalaman, pengendalian biaya overhead, meminimalkan biaya penelitian dan pengembangan, wiraniaga, service, periklanan dan lain-lainnya. Termasuk strategi orientasi internal dimana perusahaan berkonsentrasi pada kualitas produk dan pengendalian biaya dalam upaya memperoleh perbandingan biaya produksi yang paling rendah dengan pesaing. Cost leadership dilakukan dengan cara efisiensi biaya yang secara spesifik bisa diperoleh dengan memiliki karyawan yang berpengalaman, pengendalian biaya overhead, meminimalkan biaya pengembangan dan penelitian, periklanan, service, wiraniaga dan lain sebagainya. Efisiensi juga bisa dilakukan dengan cara meminimalisasi biaya inovasi yang bertujuan mempertahankan pelanggan yang rentan pada perubahan harga pokok.
- (2) Mengejar untuk menciptakan suatu produk yang unik untuk pelanggan yang bervariasi atau differensiasi. Diferensiasi dapat dilakukan dengan cara dimensi citra rancangan atau merk, teknologi yang digunakan, service pada pelanggan, dan punya distribusi yang lebih baik. Keunggulan yang terdapat pada diferensiasi ini yaitu memiliki laba di atas rata-rata, kepekaan konsumen terhadap harga kurang, produk-produk differensiasi menciptakan

daya masuk yang tinggi dan posisi pada produk pengganti juga tinggi. Hal inilah yang dipandang sangat menguntungkan bagi suatu perusahaan atau organisasi. Mengejar untuk melayani permintaan khusus pada konsumen atau industri. Strategi fokus berdasarkan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lini produk yang sedikit, termasuk kegiatan didalam perusahaan yang meliputi kreatifitas dalam pengembangan produk, penerapan teknologi baru dan juga memiliki desain yang berkualitas.

3. Sistem Informasi Akuntansi

a. Pengertian Sistem Informasi Akuntansi

Sistem Informasi akuntansi adalah suatu alat yang digunakan oleh manajemen di dalam perusahaan untuk menyediakan nilai tambah dalam rangka menghasilkan suatu manfaat kompetisi untuk perusahaan (Sari, N.M.Z. 2018). Pengertian sistem informasi akuntansi menurut Ma'rifati (2014) adalah sumber daya manusia, alat dan modal dalam perusahaan yang bertanggung jawab untuk persiapan informasi keuangan dan mengumpulkan atau memproses berbagai transaksi perusahaan. Transaksi pada Sistem Informasi Akuntansi (SIA) dibagi menjadi dua kelas yaitu transaksi keuangan dan transaksi non keuangan.

Sistem Informasi Akuntansi memiliki fungsi yaitu untuk menyediakan informasi penting untuk membantu para manajer dalam mengendalikan aktivitas dan mengurangi hal dalam ketidakpastian. Pada prinsipnya sistem informasi akuntansi memiliki peranan penting dalam suatu perusahaan untuk memberikan informasi kepada manajemen perusahaan dengan demikian sistem informasi akuntansi ini akan memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan pada pencapaian tujuan perusahaan.

b. Komponen Sistem Informasi Akuntansi

Terdapat enam komponen pada Sistem Informasi Akuntansi Menurut Ma'rifati (2014), yaitu:

- 1) *People*, yaitu orang-orang yang menggunakan sistem dan melaksanakan berbagai fungsi
- 2) *Procedures and instruction*, yaitu prosedur-prosedur yang digunakan untuk memproses, mengumpulkan, dan menyimpan data

- 3) Data mengenai proses-proses dan aktivitas perusahaan atau organisasi
- 4) *Software*, yang dipakai untuk memproses data-data
- 5) *Information techkonolgy infrastructure*, termasuk komputer, peralatan pendukung, dan jaringan komunikasi untuk digunakan pada sistem informasi akuntansi
- 6) *Internal control and securitymeasures* yang menjaga data sistem informasi akuntansi.

c. Tujuan Sistem Informasi Akuntansi

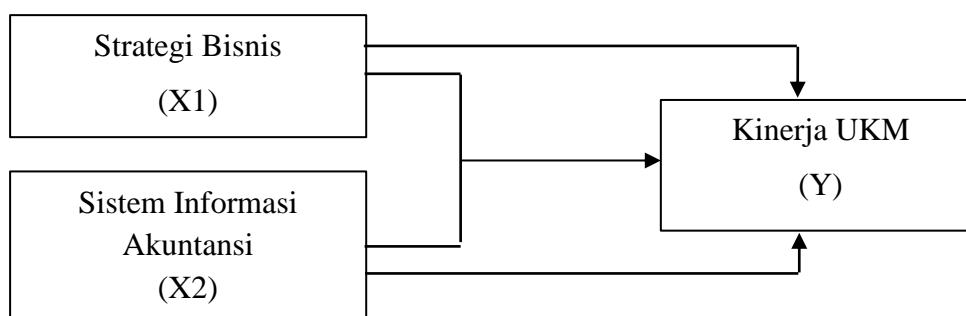
Sistem Informasi Akuntansi (SIA) yang baik tercipta dari adanya kerjasama antar manusia dengan sumber daya lainnya di dalam suatu perusahaan untuk terwujudnya tujuan suatu perusahaan. Tujuan penyusunan sistem informasi akuntansi sama dengan tujuan penyusunan sistem akuntansi, antara lain sebagai berikut:

- 1) Untuk menyediakan informasi bagi para pelaku kegiatan usaha baru
- 2) Untuk memperbaiki informasi yang dihasilkan bagi sistem yang sudah ada, baik itu mengenai mutu, ketepatan penyajian dan struktur informasi
- 3) Untuk memperbaiki pengendalian akuntansi dan pengecekan intern yaitu untuk memperbaiki tingkat keandalan (*reabilit*) informasi akuntansi dan menyediakan catatan lengkap tentang pertanggungjawaban maupun perlindungan kekayaan perusahaan
- 4) Untuk mengurangi biaya pencatatan dalam penyelenggaraan catatan akuntansi.

Dari beberapa tujuan tersebut dapat dijelaskan bahwa biasanya perusahaan baru memulai usahanya akan memerlukan penyusunan sistem informasi akuntansi yang lengkap. Tetapi, adakalanya sistem informasi akuntansi yang sudah ada tidak bisa memenuhi kebutuhan manajemen, baik pada hal mutu, ketepatan penyajian dan struktur informasi yang ada dalam laporan. Dengan adanya perbaikan pengawasan akuntansi dan pengendalian intern, maka pertanggungjawaban pada penggunaan kekayaan perusahaan atau organisasi dapat dilakukan dengan baik.

C. Kerangka Konseptual

Dengan demikian kerangka konseptual pada penelitian ini adalah strategi bisnis (X1) dan sistem informasi akuntansi (X2) sebagai variabel independen yang mempengaruhi kinerja UKM (Y) sebagai variabel dependen. Maka gambar kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

1) Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja UKM

Strategi bisnis yaitu strategi untuk mencapai tujuan pengelolaan bisnis yang merupakan panduan untuk rencana strategi suatu perusahaan untuk membangun atau perlu adanya kemampuan berinovasi baru supaya dapat membuat posisi bersaing produk atau jasa dalam suatu perusahaan. Maka berdasarkan dari penjelasan diatas hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Strategi Bisnis Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja UKM pada usaha Laundry Di Rantauprapat.

2) Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UKM

Sistem informasi akuntansi merupakan alat yang digunakan oleh manajemen dalam perusahaan untuk menyediakan transaksi yang berupa keuangan dan non keuangan. Tidak hanya informasi keuangan saja, tetapi suatu kondisi dan keadaan juga dapat dipergunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Maka berdasarkan dari penjelasan di atas maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2 : Sistem Informasi Akuntansi Berpengaruh Signifikan terhadap Kinerja UKM pada usaha Laundry Di Rantauprapat.

3) Pengaruh Strategi Bisnis dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UKM

Strategi bisnis dan juga sistem informasi akuntansi dapat dipergunakan sebagai pertimbangan pengambilan keputusan dalam pengembangan usaha tersebut. Maka berdasarkan dari penjelasan di atas maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3 : Strategi Bisnis dan Sistem Informasi Akuntansi Berpengaruh Signifikan terhadap Kinerja UKM pada usaha Laundry Di Rantauprapat.