

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Di saat melakukan penelitian, terdapat beberapa landasan yang mendasari penelitian dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya, adapun penelitian terdahulu yang digunakan pada penelitian ini adalah :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian Terdahulu	Nama Penulis/Tahun	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh <i>E-Commerce</i> , Pengetahuan Akuntansi, Budaya Organisasi dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM,” <i>National Multidisciplinary Sciences</i> 1, no. 3 (2022): 370–383	Eko Prasetyo dan Farida (2022)	1. <i>E-Commerce</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM 2. Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.
2.	“Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Proses dan Inovasi Layanan Terhadap Kinerja UMKM,” <i>Business and Economics Conference in Utilization of</i>	Nisrina Hasna (2020)	1. Inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

No	Judul Penelitian Terdahulu	Nama Penulis/Tahun	Hasil Penelitian
	<i>Modern Technology</i> (2020): 713-719		
3.	Pengaruh Penggunaan <i>E-Commerce, Financial Technology</i> dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai,” Jurnal Akuntansi 32 No. 3 (2022): 750–761.	Tyas Gantining Palupi, Niken Lestari, Aniesatun Nurul Aliefah (2023).	1. <i>E-commerce</i> memiliki pengaruh yang secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
4.	Pengaruh <i>E-Commerce</i> , Budaya Organisasi, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Kota Magelang,” (2021): 287–300.	Savera Wahyuni, Wawan Sadtyo Nugroho, Anissa Hakim Purwantini, Siti Noor Khikmah (2021).	1. <i>E-commerce</i> berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. 2. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.
5.	“Tingkat Pendidikan, Literasi Akuntansi, dan Persepsi Pemilik UMKM tentang Akuntansi Sebagai Determinan Penggunaan Informasi Akuntansi,” Akuntansi	Oktyas Budiyati dan Atika Jauharria Hatta (2021).	1. Literasi akuntansi berpengaruh terhadap penggunaan informasi akuntansi.

No	Judul Penelitian Terdahulu	Nama Penulis/Tahun	Hasil Penelitian
	Dewantara 5, no. 2 (2021): 112–121.		
6.	“Pengaruh Inovasi Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel <i>Intervening</i> ”	Bunga Budi Utami, Sri Wartini (2015)	1. Inovasi layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
7.	“Analisis Pengaruh Literasi Akuntansi, Perpajakan dan <i>Financial Capital</i> Terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Bogor,” Jurnal Ekonomi Bisnis 21, No. 2 (2022): 140–149	Novitasari dan Hastuti Redyanita (2022).	1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Bogor.
8.	“Pengaruh Literasi Keuangan dan Penerapan <i>E-commerce</i> terhadap Kinerja UMKM,” Jurnal Riset Akuntansi (JRA) 2, no. 2 (2022): 115–122.	Muhammad Lutfi Ramdhani, Nurleli, Andhika Anandya (2022).	1. Literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM. 2. Penerapan <i>e-commerce</i> berpengaruh terhadap kinerja UMKM.
9	“Pengaruh Inovasi dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Makanan Halal di Kota	Neng Siti Komariah, M Fadhli Nursal, dan	1. Inovasi tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM.

No	Judul Penelitian Terdahulu	Nama Penulis/Tahun	Hasil Penelitian
	Bekasi Utara,” Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 8, no. 2 (2022): 1 – 6.	Muhammad Richo Rianto (2022).	
10.	“The Influence of Digital Payments, E-Commerce, and Financial Literacy on Revenue and the Quality of Accounting Information in MSMEs”(2023)	Dyah Ayumurni Kartikasari, Wita Ramadhanti, Poppy Dian Indira Kusuma (2023).	1. E-commerce had a positive and significant influence on the performance of MSMEs.

Sumber : Data Sekunder, (2025)

2.1.2 Teori Yang Digunakan

2.1.2.1 Teori Resource-Based View (RBV)

Teori Sumber Daya Berbasis (RBV) merupakan teori pertama kali ditemukan oleh Wernerfelt pada tahun 1984 dan dikembangkan lebih lanjut oleh Barney (1991). Teori ini menekankan bahwa sumber daya internal yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif apabila memenuhi kriteria VRIN/VRIO yaitu Valuable (bernilai), Rare (langka), Inimitable (sulit ditiru), dan Non-substitutable/Organized (tidak mudah digantikan dan dapat dikelola dengan baik). Menurut Nimtrakoon (2015), tidak semua sumber daya yang dimiliki perusahaan memiliki nilai strategis yang sama untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Keunggulan tersebut dapat berupa profitabilitas perusahaan yang baik serta kinerja keuangan usaha yang baik. Suatu usaha yang mampu memanfaatkan sumber dayanya dengan baik akan menghasilkan keuntungan yang tinggi, beberapa manfaat yang dimilikinya akan mendongkrak kinerja keuangan mereka (Febriati, Afif, Setiawan, & Sari, 2023). (Barney, 1991) juga mengatakan bahwa sumber daya

tersebut jika dikelola dengan baik, akan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Hal ini relevan dengan kondisi Usaha Mikro saat ini yang menghadapi persaingan ketat dan tuntutan untuk beradaptasi dengan perkembangan era digital. Sumber daya tidak berwujud seperti literasi akuntansi, kemampuan mengadopsi *e-commerce*, dan inovasi layanan menjadi sangat penting. Sumber daya ini tidak hanya sulit ditiru pesaing, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif jika dikembangkan secara berkelanjutan. Usaha Mikro dan Kecil dapat membangun keunggulan bersaing yang berkelanjutan melalui pemanfaatan sumber daya internal yang tidak mudah diakses oleh pesaing, seperti keterampilan, pengetahuan manajerial, dan adaptasi teknologi (Acquaah, 2011). Dalam penelitian ini, literasi akuntansi dianggap sebagai aset pengetahuan, *e-commerce* sebagai aset teknologi, dan inovasi layanan sebagai aset strategis usaha.

Penelitian yang dilakukan (Novela, et al., 2024) menunjukkan bahwa adopsi teknologi informasi dan digitalisasi proses bisnis pada UMKM berhubungan langsung dengan peningkatan efisiensi, fleksibilitas, dan kinerja bisnis. Ini menunjukkan bahwa kemampuan Usaha Mikro dalam mengakses dan mengelola sumber daya berbasis pengetahuan dan teknologi merupakan komponen penting dari strategi internal mereka untuk tetap kompetitif. Dengan demikian, *e-commerce*, literasi akuntansi, dan inovasi layanan dalam penelitian ini diposisikan sebagai sumber daya strategis internal yang jika dimanfaatkan secara optimal, dapat meningkatkan kinerja keuangan Usaha Mikro di Kota Batu sesuai dengan prinsip teori *Resource-Based View*.

2.1.2.2 Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah salah satu subsektor dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021. Pada regulasi tersebut, Usaha Mikro didefinisikan sebagai usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria tertentu. Kriteria yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Usaha Mikro memiliki modal usaha paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp 2.000.000.000 (dua miliar rupiah).

Usaha Mikro memiliki karakteristik yang membedakannya dari skala usaha lainnya. Menurut Bank Dunia dan Bank Indonesia (BI) dalam Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (2015), Usaha Mikro memiliki jumlah karyawan kurang dari 10 orang. Dari perspektif bisnis, Usaha Mikro cenderung memiliki kemampuan sebagai pengrajin tetapi kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk memperluas skala usahanya. Bank Indonesia bekerja sama dengan Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) mengidentifikasi beberapa karakteristik utama Usaha Mikro :

- a. Jenis barang atau komoditi tidak selalu tetap dan dapat berubah sewaktu-waktu.
- b. Lokasi usaha tidak menetap dan dapat berpindah tempat.
- c. Belum menerapkan administrasi keuangan, bahkan dalam bentuk yang paling sederhana.
- d. Tidak memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha.
- e. Pemilik usaha umumnya memiliki keterbatasan dalam jiwa wirausaha dan manajerial.
- f. Tingkat pendidikan pemilik usaha relatif rendah.
- g. Sebagian besar belum memiliki akses permodalan dari bank, meskipun beberapa telah mengakses lembaga keuangan non-bank.
- h. Mayoritas Usaha Mikro belum memiliki izin usaha dan legalitas formal.

Dari karakteristik tersebut, dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro dapat diklasifikasikan berdasarkan jumlah tenaga kerja, aset yang dimiliki, serta omzet tahunan.

Tujuan utama Usaha Mikro sebagaimana tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), adalah untuk menumbuhkan dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan dalam rangka membangun perekonomian nasional yang berlandaskan demokrasi

ekonomi yang berkeadilan. Menurut (Singgih, 2007) secara umum, Usaha Mikro memiliki beberapa peranan penting dalam perekonomian Indonesia, yaitu :

- a. Menjadi pelaku utama dalam aktivitas ekonomi.
- b. Penyedia lapangan pekerjaan dan menyerap tenaga kerja lokal.
- c. Berperan sebagai penggerak utama dalam pengembangan ekonomi daerah.
- d. Menjadi sumber inovasi dalam pasar domestik.
- e. Memberikan kontribusi besar terhadap neraca pembayaran nasional.

Meskipun memiliki peran strategis dalam perekonomian, Usaha Mikro masih menghadapi berbagai tantangan dan hambatan. Menurut Ganewati (1997) dalam penelitian (Purba, et al., 2021) menyatakan bahwa permasalahan yang sering dihadapi oleh Usaha Mikro ke dalam dua faktor utama, yaitu :

1. Permasalahan Internal: Keterbatasan modal usaha, rendahnya akses terhadap teknologi, keterbatasan akses pasar, manajemen usaha yang belum optimal, keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) dan rendahnya literasi, serta kurangnya akses terhadap informasi bisnis.
2. Permasalahan Eksternal: Kebijakan pemerintah yang belum sepenuhnya mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, persaingan dengan industri besar yang memiliki proteksi lebih kuat, dan praktik monopoli oleh perusahaan besar yang membatasi akses pasar bagi Usaha Mikro.

2.1.2.3 E-commerce.

Era Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis. Teknologi dan internet berperan penting dalam menciptakan model usaha berbasis digital yang lebih *modern* dan efisien. Menurut Angela Merkel, “Revolusi Industri 4.0 adalah perubahan secara menyeluruh dari aspek produksi suatu industri dengan melakukan penggabungan internet dan teknologi digital dengan industri konvensional” (Prasetyo & Sutopo, 2018). Perkembangan teknologi ini telah mengubah perilaku manusia dalam berbagai aspek, seperti mencari informasi, berkomunikasi secara daring dan sebagainya (Dewi & Nasution, 2023). Perilaku suatu bisnis juga sangat dipengaruhi oleh internet. Sektor bisnis berubah untuk memenuhi tuntutan teknologi dan ekonomi.

Pelaku usaha, baik dari skala kecil hingga perusahaan besar, kini memiliki peluang lebih besar untuk memperluas jangkauan pasar yang diperoleh dari aktivitas bisnis dan komersial dipromosikan melalui penggunaan teknologi informasi (TI). Terdapat fitur transaksi sekaligus, dapat diselesaikan dan diproses dengan lebih mudah berkat internet. Transformasi ini semakin nyata dengan hadirnya *e-commerce* yang menjadi salah satu elemen utama dalam model bisnis *modern*.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) *e-commerce* merupakan saluran *online* yang dapat diakses melalui komputer dan digunakan oleh pelaku bisnis untuk menjalankan aktivitas bisnisnya serta oleh konsumen untuk memperoleh informasi. Proses ini diawali dengan pemberian jasa informasi kepada konsumen guna membantu mereka dalam menentukan pilihan (Eka & Rahmawati, 2018). Hadirnya *e-commerce* berpotensi menjadikan proses jual beli secara *online* tanpa harus berinteraksi langsung dan penggunaannya yang fleksibel. Di Indonesia, *e-commerce* diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan model bisnisnya :

- a. *Business to Business* (B2B) – Transaksi bisnis antara satu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya dalam bentuk kesepakatan spesifik yang mendukung kelancaran bisnis.
- b. *Business to Consumer* (B2C) – Aktivitas bisnis yang dilakukan produsen langsung kepada konsumen.
- c. *Consumer to Consumer* (C2C) – Aktivitas jual beli yang dilakukan antar individu melalui *platform* digital.
- d. *Consumer to Business* (C2B) – Model bisnis di mana konsumen berkontribusi dalam menciptakan nilai bagi pelaku usaha, misalnya melalui ulasan.
- e. *Online to Offline* (O2O) – model bisnis yang menarik calon pembeli potensial dari saluran online untuk melakukan pembelian di toko fisik.
- f. *Direct to Consumer* (D2C) – model bisnis di mana produsen atau merek menjual produknya langsung kepada konsumen akhir tanpa melalui perantara.

Tabel 2. 2 Klasifikasi *E-commerce* di Indonesia

Jenis <i>E-Commerce</i>	Deskripsi	Contoh di Indonesia	Karakteristik
<i>Business to Business</i> (B2B)	Transaksi antara dua bisnis, biasanya dalam bentuk grosir atau kerjasama pemasok distributor	Blibli, Zalora, Mbiz	Transaksi dalam jumlah besar dengan proses verifikasi yang ketat, hubungan jangka Panjang
<i>Business to Consumer</i> (B2C)	Perusahaan menjual langsung kepada konsumen akhir.	Tokopedia, Shopee, Lazada	Penjual produk eceran, interaksi langsung dengan konsumen.
<i>Consumer to Consumer</i> (C2C)	Transaksi antar individu melalui <i>platform</i> tanpa perantara.	OLX, Carousell	Penjualan barang bekas dengan kuantitas kecil, negosiasi langsung antara penjual dan pembeli.
<i>Consumer to Business</i> (C2B)	Individu menawarkan produk atau jasa kepada perusahaan.	Sribu, Sribulancer, kitabisa.com	Individu sebagai penyedia layanan, perusahaan sebagai konsumen atau <i>platform</i> untuk penggalangan dana.
<i>Social Commerce</i>	Transaksi melalui <i>platform</i> media sosial.	Instagram <i>Shop</i> , Tiktok <i>Shop</i> dan siapapun yang berjualan dengan	Berbasis interaksi sosial, <i>live shopping</i> atau konten promosi produk.

Jenis E-Commerce	Deskripsi	Contoh di Indonesia	Karakteristik
		media sosial.	
<i>Online to Offline (O2O)</i>	Layanan secara online namun transaksi dilakukan secara online.	Gojek, Grab	Pemesanan online untuk layanan yang dieksekusi secara offline.
<i>Direct to Consumer (D2C)</i>	Produsen langsung menjual produk ke konsumen.	Website resmi sendiri, toko online sendiri.	Hanya menjual melalui website resminya tersendiri langsung ke pembeli.

Sumber : (Hartono, 2024)

2.1.2.4 Literasi Akuntansi

Di saat menjalankan bisnis, pelaku Usaha Mikro seringkali lebih berfokus pada aktivitas operasional dibandingkan mengelola keuangannya. Usaha Mikro dan Kecil cenderung mengabaikan pencatatan akuntansi serta laporan keuangan mereka. Pencatatan yang dilakukan umumnya hanya sebatas mencatat jumlah uang masuk dan keluar, serta total barang yang dibeli dan dijual, tanpa mengikuti pedoman standar akuntansi keuangan (SAK) (Budyati & Hatta, 2021). Penelitian lain yang dilakukan oleh (Pinasti, 2007) menunjukkan temuan serupa berdasarkan studi yang dilakukan pada Klinik Usaha Kecil, ditemukan bahwa sebagian besar pengusaha kecil tidak memiliki pemahaman yang memadai mengenai akuntansi. Banyak di antara mereka yang belum menyadari pentingnya pencatatan keuangan dan pembukuan dalam menjaga keberlangsungan usaha. Bahkan, sebagian besar pengusaha kecil menganggap proses akuntansi sebagai hal yang tidak terlalu diperlukan (Tahirs & Kannapadang, 2018).

Literasi merupakan kemampuan memahami, menganalisis dan menerapkan informasi dalam berbagai konteks kehidupan. Akuntansi sendiri

merupakan sistem informasi yang melibatkan pencatatan, pengelolaan, dan pelaporan transaksi ekonomi yang digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan suatu entitas, baik bisnis maupun organisasi (Warren, Reeve, & Duchac, 2016). Membuat laporan keuangan yang akurat dan relevan serta memberikan gambaran kondisi kinerja keuangan suatu entitas adalah tujuan utama akuntansi.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa literasi akuntansi didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip dasar akuntansi sesuai standar akuntansi yang berlaku. Literasi akuntansi memainkan peran penting dalam memastikan perencanaan dan pengelolaan keuangan yang lebih baik. Adapun manfaat literasi akuntansi bagi pelaku Usaha Mikro antara lain:

1. Menerapkan literasi akuntansi, pelaku Usaha Mikro dapat mengetahui kondisi kinerja keuangan mereka secara teratur sehingga memudahkan mengambil keputusan yang baik terkait perencanaan dan pengelolaan keuangan usaha.
2. Pelaku Usaha Mikro dapat menghindari kesalahan pencatatan keuangan.
3. Literasi akuntansi membantu Usaha Mikro menyusun laporan keuangan sehingga meminimalisir risiko kehilangan dan kecurangan serta mengetahui perkembangan usaha nantinya.

2.1.2.5 Inovasi Layanan

Inovasi layanan merupakan perubahan yang dilakukan perusahaan untuk menjadi lebih baik dan mampu memenuhi kebutuhan pasar dengan mempercepat sistem kerja pelayanan melalui berbagai kombinasi baru dari faktor-faktor pelayanan yang ada (Owano & Lucy Atieno, 2014). Apabila perusahaan mampu memenuhi kebutuhan pasar, maka pelanggan akan melakukan pembelian produk atau jasa pada perusahaan tersebut. Inovasi layanan adalah upaya untuk meningkatkan cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan atau memberikan layanan kepada mereka. Inovasi layanan mencakup kreativitas, penilaian, dan pengujian untuk memiliki layanan yang lebih baik dan efektif bagi pelanggan (Ariyono, 2021).

Inovasi layanan dilakukan oleh suatu usaha dengan beberapa tujuan yang jelas seperti memuaskan para pelanggan, memperoleh keunggulan kompetitif, dan meningkatkan nilai produk atau jasa. Inovasi layanan dapat dilakukan melalui berbagai cara seperti melalui peningkatan kualitas layanan, penggunaan teknologi, ide kreatif, kolaborasi dan modifikasi. Inovasi layanan mendorong perusahaan untuk mengubah perubahan lingkungan menjadi peluang. Adanya inovasi yang berkelanjutan, membuat suatu usaha tanggap akan perubahan pasar dan perkembangan teknologi yang berlangsung. Menurut Delafroz et. al (2013) dalam penelitian (Sanusi & Ahmad, 2017), inovasi layanan dapat terjadi melalui empat aspek sebagai berikut :

a. Pengembangan layanan baru.

Yaitu adanya pengembangan baik dalam hal pelayanan maupun segi pemasaran suatu jasa layanan yang tentunya belum ada sebelumnya dan merupakan inovasi baru. Pengembangan ini dapat berupa penambahan fitur baru, perbaikan kualitas layanan, atau penawaran jasa yang sepenuhnya baru untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang.

b. Interaksi dengan pelanggan.

Yaitu menekankan pentingnya interaksi atau komunikasi dengan pelanggan baik respon dan pemahaman terhadap inovasi layanan jasa baru. Interaksi yang efektif memungkinkan perusahaan memahami kebutuhan dan harapan pelanggan, serta menerima umpan balik yang konstruktif untuk perbaikan layanan yang mendatang.

c. Penyampaian layanan.

Merujuk pada cara perusahaan menyampaikan layanan kepada pelanggan. Inovasi dalam penyampaian layanan dapat melibatkan perbaikan proses operasional, peningkatan efisiensi, atau pengembangan metode baru yang lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan.

d. Penggunaan teknologi.

Pemanfaatan teknologi mutakhir untuk mendukung dan meningkatkan kualitas layanan. Berupa implementasi sistem digital dan otomatisasi proses untuk

mempermudah akses dan interaksi pelanggan dengan layanan yang ditawarkan dengan begitu pelanggan dapat menikmati inovasi layanan secara maksimal.

Menurut Kotler & Keller (2009) inovasi dilakukan agar dapat memuaskan pelanggan. Pelanggan yang puas akan memiliki ikatan emosional terhadap suatu produk atau jasa, sehingga membuat pelaku usaha dapat mempertahankan pelanggannya, akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk atau jasa dan akan membuat pelanggan dapat membeli kembali (Utami & Wartini, 2015).

2.1.2.6 Kinerja Keuangan.

Kinerja merupakan suatu hasil maupun pengevaluasian kerja dari perusahaan yang diperoleh individu maupun kelompok berupa pembagian kegiatan dengan peran dan tugasnya terhadap periode tertentu menurut standar perusahaan tersebut (Mutegi, Njeru, & Ongesa, 2015). Menurut (Fahmi, 2018, hal. 142) kinerja keuangan adalah hasil yang menggambarkan keberhasilan suatu individu atau perusahaan dalam mencapai tujuan finansialnya melalui upaya dan kegiatan yang telah dilakukan. Kinerja keuangan sebagai penentuan ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba (Husnan & Pamudji, 2013).

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan Usaha Mikro adalah hasil capaian atau keberhasilan suatu usaha dalam menghasilkan keuntungan melalui berbagai upaya yang telah dilakukan. Evaluasi kinerja keuangan dilakukan dengan menganalisis sejauh mana suatu entitas telah menjalankan aktivitasnya sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan yang berlaku. Adanya kinerja keuangan, suatu usaha dapat mengetahui kondisi keuangan usaha disetiap periode tertentu. Beberapa kegunaan dari kinerja keuangan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui sejauh mana perkembangan usaha yang telah dicapai dalam periode tertentu.
2. Dapat digunakan sebagai acuan dan dasar pertimbangan dimasa yang akan datang.
3. Digunakan dalam memberikan arahan untuk membuat suatu keputusan.

4. Digunakan untuk melihat kinerja keuangan suatu usaha atau organisasi secara keseluruhan.
5. Digunakan sebagai penilaian kontribusi suatu bagian dalam mencapai tujuan suatu usaha.

Pada waktu tertentu suatu usaha tersebut akan mengalami peningkatan dalam permodalan, skala usaha, profitabilitas, jenis usaha dan sebagainya. Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari kinerja yang dapat diukur sehingga bersifat jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Kinerja keuangan dapat diukur dengan beberapa indikator utama yang relevan dengan Usaha Mikro, yaitu :

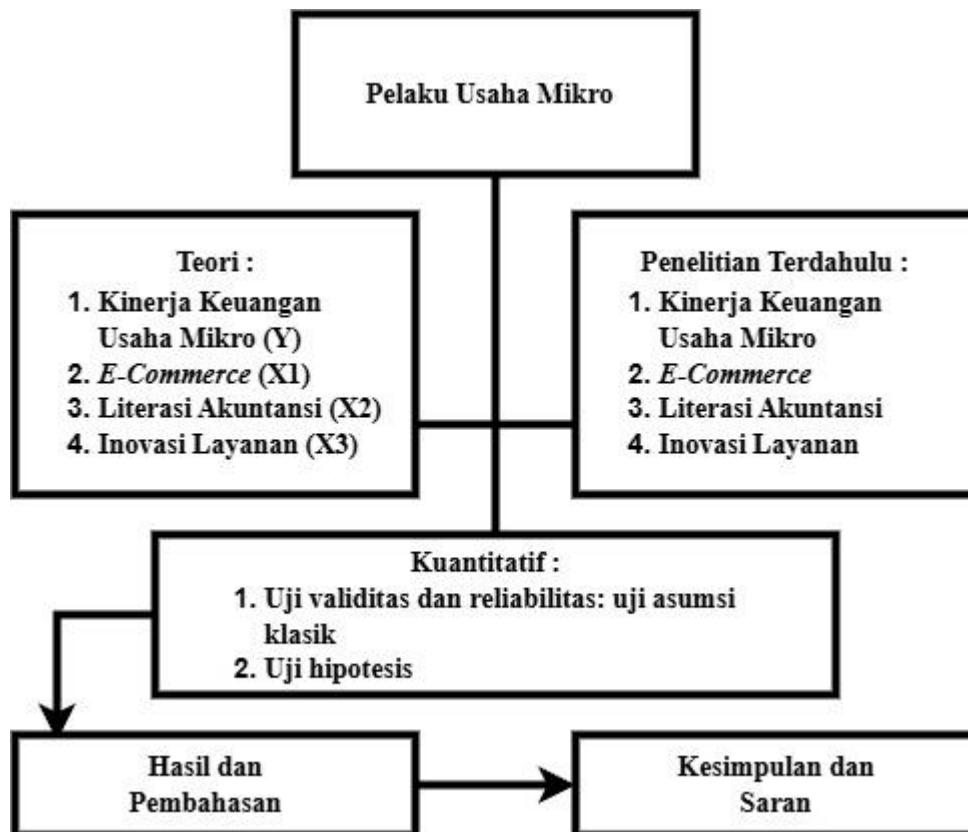
1. Profitabilitas, mencerminkan kemampuan usaha dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin baik kinerja keuangan usaha. Menurut (Kasmir, 2019, hal. 198) profitabilitas dapat digunakan untuk menilai sejauh mana usaha mampu mengelola pendapatan dan biaya secara efektif guna mencapai keuntungan yang maksimal. Pada penelitian (Haikal, 2022) menunjukkan terdapat karakteristik dari aspek ini adalah sebagai berikut:
 - a. Usaha mengalami peningkatan total penjualan
 - b. Usaha mengalami peningkatan jumlah konsumen
 - c. Usaha mengalami peningkatan keuntungan
2. Pertumbuhan usaha, yaitu suatu keahlian atau keterampilan untuk meningkatkan penjualan serta keuntungan. Menurut (Budiarto, 2019) terdapat ciri-ciri suatu usaha mengalami pertumbuhan usaha yaitu sebagai berikut:
 - a. Terjadi peningkatan volume produksi setiap tahunnya
 - b. Terjadi diversifikasi lini produk pada setiap tahunnya
 - c. Penambahan outlet atau gerai toko baru setiap tahunnya
 - d. Terdapat pertambahan jumlah karyawan pada setiap tahunnya
3. Modal Usaha, aktor penting dalam proses produksi, sebab dibutuhkan saat mendirikan suatu usaha atau untuk memperluas usaha yang telah ada, nominal modal yang minim akan berpengaruh pada lancarnya usaha, sehingga berdampak pada pendapatan yang diperoleh. Modal bisa berasal dari modal

sendiri atau modal pinjaman dari suatu lembaga baik perbankan maupun non perbankan.

4. Omzet Penjualan, definisi omzet diartikan sebagai jumlah, sedangkan penjualan adalah suatu proses yang dilakukan dalam menjual produk dengan bertujuan memperoleh laba atau keuntungan. Omzet penjualan ini sangat identik dengan volume penjualan, yang mana omzet penjualan biasanya akan mengalami peningkatan ketika diiringi dengan sistem penjualan yang efisien dan efektif (Jubaedah & Destiana, 2016). Semakin tinggi omzet penjualan yang dihasilkan maka profitabilitas atau keuntungan bersih yang didapatkan akan semakin tinggi. Besar kecilnya omzet penjualan selain ditinjau dari aktor modal usaha, dapat dipengaruhi oleh kemampuan usaha dalam pemasaran kondisi pasar dan sebagainya. Pada penelitian (Pertiwi, 2017) menunjukkan terdapat karakteristik dari aspek penjualan seperti berikut:
 - a. Peningkatan volume penjualan barang utama
 - b. Peningkatan orderan
 - c. Peningkatan pelanggan baru yang memesan dan membeli barang
 - d. Permohonan dari pelanggan terhadap produk baru.
5. Efisiensi Operasional, mengacu pada kemampuan usaha dalam memanfaatkan sumber daya secara optimal untuk menghasilkan *output* yang maksimal dengan biaya yang minimal. Semakin efisien operasional suatu usaha, semakin baik pula kinerja keuangannya. Efisiensi operasional dapat mencakup pengelolaan stok, biaya produksi, serta efektivitas distribusi produk dan jasa (Hery., 2020).

2.1.3 Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka berpikir penelitian adalah sebuah alur yang menggambarkan proses riset secara keseluruhan. Dengan kata lain, kerangka pemikiran merupakan miniatur keseluruhan proses penelitian. Berikut merupakan kerangka berpikir penelitian ini :

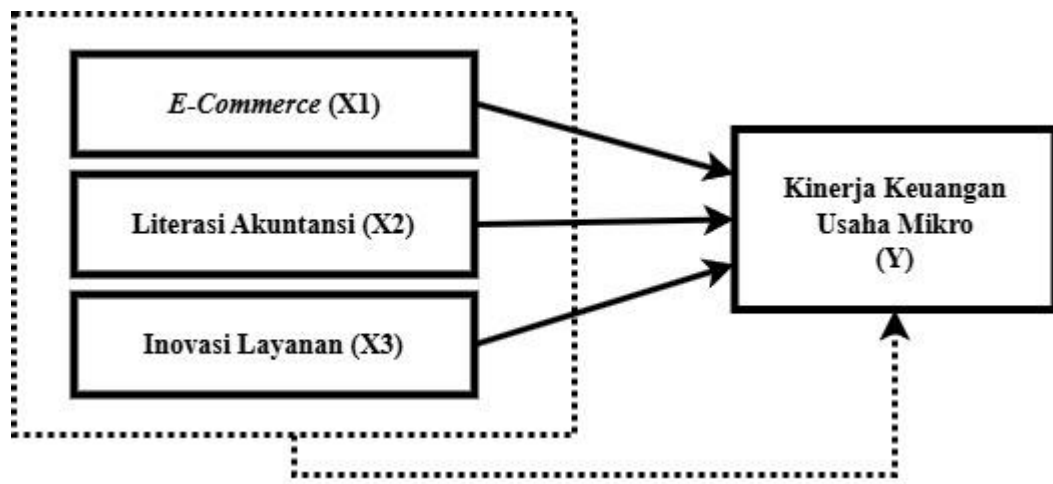


Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian

Sumber : Informasi yang diolah (2025)

2.1.4 Model Konseptual

Berdasarkan paparan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan, diperoleh kerangka konseptual dari penelitian ini. Penelitian ini berguna untuk menemukan pengaruh *e-commerce*, literasi akuntansi, dan inovasi layanan terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro di Kota Batu. Penelitian ini digambarkan dengan adanya hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).



Gambar 2. 2 Model Konseptual

Sumber : Informasi yang diolah (2025)

Keterangan :

- : Pengaruh secara parsial (terpisah)
→ : Pengaruh secara simultan (bersama-sama)

2.2 Hipotesis

Menurut (Sugiyono P. D., 2013) hipotesis didefinisikan sebagai jawaban sementara yang dilihat dari sudut pandang peneliti, dikatakan sementara sebab jawabannya baru didasarkan dengan teori-teori. Berdasarkan penjelasan dari kerangka dan rumusan masalah diatas, maka hipotesis penelitian yang diajukan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *E-commerce* Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro.

Penerapan *e-commerce* bagi dunia bisnis saat ini sudah menjadi metode bisnis kekinian dan paling modern di kalangan masyarakat karena di tengah kemajuan teknologi industri 4.0 membuatnya menjadi lebih cepat. Menjadikan *e-commerce* sebagai salah satu tempat yang diminati bagi para pelaku bisnis untuk strategi pemasarannya. Penggunaan *e-commerce* merupakan salah satu bentuk kemampuan menerapkan perkembangan teknologi informasi untuk memperluas

jangkauan pasar tanpa batasan dengan biaya operasionalnya yang rendah. *E-commerce* menjadikan kegiatan jual beli sekaligus transaksi dinilai memberikan kemudahan bagi para pengguna dikarenakan praktis dilakukan secara fleksibel sehingga tidak perlu untuk bertatap muka di suatu tempat. Hal ini disebabkan karena pelaku usaha secara *online* menawarkan serta mencantumkan deskripsi informasi produk yang dapat diakses oleh konsumen dari seluruh tempat guna membantu menentukan pilihannya. Keberhasilan memperluas akses pasar inilah akan terjadi pertumbuhan pada volume penjualan dan pendapatan yang mempengaruhi kondisi kinerja keuangan Usaha Mikro, sehingga dibutuhkan literasi akuntansi yang baik untuk mengelola keuangan dalam *e-commerce*. Kegiatan bertransaksi melalui *e-commerce* membantu Usaha Mikro memantau pendapatan dan pengeluaran.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Farida, Sunandar, & Aryanto, 2019) menunjukkan hasil bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh secara positif signifikan terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro. Maka usulan hipotesis yang dibuat sebagai berikut:

H₁ : *E-commerce* berpengaruh terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro.

2. Literasi Akuntansi Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro.

Bagi suatu bisnis, akuntansi adalah alat yang penting dalam mengelola dan mengendalikan informasi mengenai keuangan usaha. Sebagai pelaku usaha sangat diperlukan pemahaman akuntansi mulai yang paling dasar hingga konsep dalam menyusun laporan keuangan. Semakin tinggi tingkat literasi akuntansi, maka perilaku individu menjadi lebih bijak dalam memahami keuangan sesuai standar akuntansi yang berlaku. Literasi akuntansi membantu pelaku Usaha Mikro mampu mengelola keuangan yang baik, sehingga kinerja keuangan lebih terstruktur dan stabil. Mutu laporan keuangan terlihat dari literasi akuntansi yang dimiliki oleh pelaku usaha. Penting bagi Usaha Mikro memahami akuntansi dalam pengelolaan keuangan mereka agar dapat menyusun laporan keuangan untuk menentukan kebijakan yang strategis serta membantu memperoleh pendanaan dari lembaga keuangan. Usaha Mikro yang memiliki tingkat literasi akuntansi yang baik

diharapkan mampu mengelola keuangan lebih terstruktur dan meningkatkan kinerja keuangan mereka.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Novitasari & Redyanita, 2022) dan (Afifah & Triyanto, 2023) menyatakan bahwa literasi akuntansi diartikan sebagai pemahaman dan juga penguasaan keterampilan mengenai pencatatan transaksi dan pelaporan keuangan usaha berpengaruh terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro. Maka usulan hipotesis pada penelitian ini diajukan sebagai berikut:

H₂ : Literasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro.

3. Inovasi Layanan Berpengaruh Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro.

Inovasi layanan menjadi salah satu strategi bisnis dengan memiliki layanan yang berbeda dari yang diketahui konsumen sebelumnya. Inovasi layanan dapat membuat konsumen untuk tertarik pada layanan tersebut. Inovasi layanan dilakukan untuk memuaskan para konsumen, memperoleh keunggulan kompetitif, dan meningkatkan nilai produk atau jasa yang berpengaruh pada profitabilitas. Suatu usaha yang berfokus dalam menjaga keberlangsungan perkembangan bisnisnya, inovasi layanan penting dalam bisnis mereka. Untuk memiliki layanan yang inovatif, memerlukan pemanfaatan teknologi digital serta pendanaan untuk pengembangannya. Oleh karena itu, Usaha Mikro perlu memiliki kinerja keuangan untuk menentukan keputusan yang strategis dalam berinovasi. Hasil penelitian dari (Hasna, 2020) yang menyatakan bahwa inovasi layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja Usaha Mikro. Berdasarkan penjelasan diatas, maka usulan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₃ : Inovasi layanan berpengaruh terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro.

4. Pengaruh Simultan antara Penggunaan *E-commerce*, Literasi Akuntansi, dan Inovasi Layanan terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro.

E-commerce, literasi akuntansi, dan inovasi layanan Usaha Mikro merupakan faktor sumber daya internal suatu usaha yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan. Beberapa faktor tersebut dapat menjadi penentu Usaha Mikro dalam menghadapi persaingan, mempertahankan keberlanjutan usaha, dan meningkatkan eifisiensi operasional serta profitabilitas. Jika dimanfaatkan secara optimal ketiga

faktor tersebut dapat memberikan keunggulan kompetitif yang berdampak langsung pada kinerja keuangan usaha. Oleh karena itu, peneliti mengajukan pertanyaan apakah ketiga faktor tersebut berpengaruh secara simultan terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro. Berdasarkan uraian diatas, usulan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄ : *E-commerce*, literasi akuntansi, dan inovasi layanan berpengaruh secarasimultan terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro.