

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teknologi Informasi

2.1.1.1 Pengertian Teknologi Informasi

Menurut Mulyadi (2014:21) Teknologi informasi adalah mencakup komputer (*software* dan *hardware*), berbagai peralatan kantor elektronik, perlengkapan pabrik dan telekomunikasi. Sedangkan, menurut Sutabri (2014: 3), Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi merupakan salah satu alat yang berbasis komputer dan dapat digunakan untuk pemrosesan pengolahan data menjadi sebuah informasi yang berkualitas sehingga dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan dalam pengambilan keputusan. Peningkatan penggunaan teknologi komputer sebagai salah satu bentuk teknologi informasi yang telah mengubah pemrosesan data akuntansi dari secara manual menjadi secara otomatis. Dengan menggunakan komputer, informasi yang akan disajikan menjadi lebih cepat, tepat dan akurat.

Menurut Ariani (2019) menyatakan “teknologi informasi adalah suatu konstruksi yang mengacu pada penggunaan alam, kompleksitas, dan saling ketergantungan teknologi informasi dan manajemen yang mampu menghasilkan beraneka ragam teknologi sistem dan dirancang untuk membantu pekerjaan manusia dalam menghasilkan kualitas informasi.”

Menurut Granell (2014:57) menyatakan *“Information technology sophistication is defined as a multi-dimensional construct which refers to the nature, complexity and interdependence of information technology sophistication usage and management in an organization. Therefore, the concept of information technology sophistication integrates both aspects related to System Information usage and System Information management.”*

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa, kecanggihan teknologi informasi adalah mengacu pada kompleksitas dan integritas yang berkaitan dengan penggunaan Sistem Informasi maupun Sistem Informasi Manajemen dan saling ketergantungan penggunaan teknologi informasi dalam suatu organisasi. suatu teknologi berupa (hardware, software, userware) yang digunakan untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan dan menggunakan data secara bermakna untuk mendapatkan informasi yang berkualitas. Perusahaan yang memiliki teknologi informasi yang canggih dan didukung oleh aplikasi pendukung teknologi modern, diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi kelangsungan perusahaan dengan menghasilkan kualitas informasi akuntansi yang akurat dan dapat dipercaya.

2.1.1.2 Tujuan dan Fungsi Teknologi Informasi

Penerapan teknologi informasi pada tiap perusahaan atau organisasi tentunya memiliki tujuan yang berbeda karena penerapan TI pada suatu organisasi adalah untuk mendukung kepentingan usahanya. Adapun yang menjadi tujuan dari adanya teknologi informasi menurut Suratman (2012: 17), ialah :

- a. untuk memecahkan masalah
- b. untuk kreativitas
- c. untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan

Sedangkan, fungsi teknologi informasi menurut Suratman (2012:18), ialah:

- a. Menangkap (*Capture*)

Mengkompilasikan catatan rinci dari aktivitas, misalnya menerima input dari keyboard, scanner, mic, dan sebagainya.

- b. Mengolah (*Processing*)

Mengolah atau memproses data masukan yang diterima untuk menjadi informasi. Pengolahan atau pemrosesan data dapat berupa konversi (pengubahan data ke bentuk lain), analisis (kondisi), perhitungan (kalkulasi), sintesis (penggabungan) segala bentuk data dan informasi.

- 1) Data processing, memproses dan mengolah data menjadi suatu informasi.
- 2) Information processing, suatu aktivitas computer yang memproses dan mengolah suatu tipe/bentuk dari informasi dan mengubahnya menjadi tipe/bentuk yang lain dari informasi.
- 3) Multimedia system, suatu system komputer yang dapat memproses berbagai tipe/bentuk dari informasi secara bersamaan (simultan).

- c. Menghasilkan (*Generating*)

Menghasilkan atau mengorganisasikan informasi ke dalam bentuk yang berguna. Misalnya laporan, tabel, grafik, dan sebagainya.

d. Menyimpan (*Storage*)

Merekam atau menyimpan data dan informasi dalam suatu media yang dapat digunakan untuk keperluan lainnya. Misalnya disimpan ke hardisk, tape, disket, compact disk (CD), dan sebagainya.

e. Mencari kembali (*Retrival*)

Menelusuri, mendapatkan kembali informasi atau menyalin (copy) data dan informasi yang sudah tersimpan, misalnya mencari supplier yang sudah lunas, dan sebagainya.

f. Transmisi (*Transmission*)

Mengirim data dan informasi dari suatu lokasi ke lokasi lain melalui jaringan komputer. Misalnya mengirimkan data penjualan dari user A ke user lainnya, dan sebagainya.

2.1.1.3 Indikator Teknologi Informasi

Menurut Suratman (2012:20) komponen-komponen dalam Teknologi Informasi, ialah :

1. *Hardware* (perangkat keras) Perangkat keras komputer, berupa: CPU, *storage*, perangkat Input/ Output, terminal untuk interaksi, media komunikasi data.
2. *Software* (perangkat lunak) Perangkat lunak komputer, berupa perangkat lunak sistem (sistem operasi dan utilitinya), perangkat lunak umum aplikasi (bahasa pemrograman), perangkat lunak aplikasi (aplikasi akuntansi, dll).
3. *User* (orang yang membuat, menggunakan dan memelihara sistem).

4. Database (penyimpanan data pada media penyimpanan komputer). Beberapa keuntungan pemrosesan data berdasarkan database:
- a. Pencegahan redundansi data: menghindari pengulangan penyimpanan melalui struktur yang logik dan hemat (menghindari penyimpanan data berulang pada file)
 - b. Konsistensi data: dengan pengendalian duplikasi data maka tampilan data selalu konsisten karena dari sumber / lokasi penyimpanan yang sama .
 - c. Integrasi data: dengan diorganisasikannya dalam suatu struktur tunggal dengan hubungan – hubungan logic diantara entitas data yang berkaitan, maka pengguna dapat dengan mudah menghubungkan suatu data dengan data lain .
 - d. Multiple user: pemakaian data bersamaan pada waktu yang sama dengan sistem network / LAN (local area network).
 - e. Standarisasi data: dengan mendefinisasikan data dan pembakuan data akan menghindari ketidakseragaman format
 - f. Kemudahan pembuatan aplikasi sistem karena data sudah diintegrasikan dengan hubungan – hubungan antar file dan tidak dalam bentuk berkas – berkas terpisah .
 - g. Kemudahan akses: karena merupakan koleksi data komputer yang diorganisasikan

- h. Keamanan data: Karena dilengkapi program / fasilitas keamanan dari sistem operasinya dengan pengendalian pemakaian password, pengacakan data / enkrip dan lain – lain.

2.1.2. E-Commerce

2.1.2.1 Pengertian E-Commerce

E-commerce merupakan salah satu teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Menurut Rainer dan Cegielski (2011) dalam Sulaiman (2015:93) menyatakan “*Electronic commerce (e-commerce)* menggambarkan proses membeli, menjual, mentransfer, atau bertukar produk, jasa, atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*. Di mana cakupan *e-business* lebih luas. Selain membeli dan menjual barang/jasa, *e-business* juga mengacu pada pelayanan konsumen, kolaborasi dengan partner bisnis dan melakukan transaksi elektronik dalam sebuah perusahaan.”

Sedangkan, menurut Kadir & Triwahyuni (2013:371) menyatakan “*e-commerce* adalah teknologi digital untuk menjalankan proses bisnis utama secara elektronik dalam segala bentuk kegiatan pembelian dan penjualan, pemasaran, produk, jasa, dan informasi yang dilakukan secara elektronik, dengan memanfaatkan jaringan komputer. Salah satu jaringan yang digunakan adalah internet.”

Berdasarkan penjelasan di atas disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan proses perdagangan barang/jasa yang memanfaatkan teknologi internet sebagai pasarnya sehingga jangkauannya lebih luas. Dan *e-commerce* tidak akan terjadi tanpa adanya jaringan yang menghubungkan pelanggan dengan organisasi.

Menurut Maryama (2013) menyatakan “peranan *e – commerce* diharapkan mampu memberikan manfaat yang signifikan dalam menghadapi dunia bisnis yang penuh persaingan. Perusahaan yang survive dan konsisten serta cenderung meningkat adalah perusahaan yang mampu menerjemahkan dunia teknologi ke dalam dunia usahanya. Penggunaan *e – commerce* adalah salah satu bentuk

implementasi perkembangan teknologi untuk memasarkan produknya (barang atau jasa) ke segala tempat dan segmen, baik dalam bentuk fisik maupun digital, baik skala nasional maupun internasional.”

Menurut Ahmadi dan Hermawan (2013:10) menyatakan “Dalam mengimplementasikan *e-commerce* tersedia suatu integrasi rantai nilai dari infrastrukturnya yang terdiri dari tiga lapis. ialah, infrastruktur sistem distribusi (*flow of good*), infrastruktur pembayaran (*flow of money*), dan infrastruktur sistem informasi (*flow of information*). Agar dapat terintegrasinya sistem rantai suplai dari supplier, ke pabrik, ke gudang, distribusi, jasa transportasi, hingga ke pelanggan maka diperlukan integrasi *enterprise system* untuk menciptakan *supply chain visibility*.”

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa, salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk-produk adalah dengan menggunakan electronic commerce (*e-commerce*) untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Dengan adanya *e-commerce* pelanggan dapat mengakses serta melakukan pesanan dari berbagai tempat yang menyediakan suatu fasilitas akses internet.

2.1.2.2 Jenis-jenis e-commerce

Menurut Pradana (2015:36) mengemukakan bahwa jenis transaksi *e-commerce* diantaranya sebagai berikut :

1. *Business-to-Business* (B2B)

Jenis *e-commerce* ini terdiri dari semua transaksi dan transaksi elektronik yang terkait dengan barang atau jasa. Hal ini pada dasarnya dilakukan antara perusahaan dengan perusahaan lainnya seperti grosir, produsen konvensional yang berurusan dengan pengecer, dan sejenisnya.

2. *Business-to-Consumer* (B2C)

Jenis *e-commerce* ini berkaitan dengan transaksi dan hubungan antara bisnis dan pelanggan terakhir. Jenis *e-commerce* ini juga berhubungan dengan ritel *e-commerce* yang berlangsung online. Dengan semakin berkembangnya internet, B2C *e-commerce* menjadi lebih mudah dan dinamis. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya website, toko atau bahkan mall di internet yang menjual beragam hal.

3. *Consumer-to-Consumer (C2C)*

Jenis e-commerce ini berupa transaksi elektronik barang atau jasa antar pelanggan. Transaksi yang dilakukan ini melalui pihak ketiga yang menyediakan platform online.

4. *Consumer-to-Business (C2B)*

E-commerce jenis ini adalah kebalikan dari C2C. di website dengan jenis ini terjadi transaksi dari konsumen ke perusahaan. beberapa contohnya adalah proposal untuk situs atau logo, desain, tulisan, dan sebagainya.

5. *Business-to-Administration (B2A)*

Dalam jenis transaksi e-commerce ini, terdapat transaksi antara perusahaan dengan administrasi publik. Keseluruhannya mencakup berbagai layanan pemerintah, seperti jaminan sosial, pengurusan pajak, dokumen hukum, dan sebagainya.

6. *Consumer-to-Administration (C2A)*

Jenis e-commerce ini memiliki model yang sama dengan B2A, yang membedakan adalah transaksi elektronik dilakukan antara individu dengan administrasi publik. Beberapa area yang menggunakan jenis e-commerce ini di bidang pendidikan, kesehatan, dan administrasi.

7. *Online-to-Offline (O2O)*

Website ini mengusung model bisnis untuk menarik pelanggan online agar mau berbelanja ke toko fisik. Konsep ini ingin dihadirkan untuk menghubungkan antara saluran online dengan toko fisik

8. *Business-to-Business & Business-to-Consumer (B2B2C)*

Dimana terdapat perusahaan yang menyediakan produk/jasa mereka kepada klien/agen dan dilain sisi klien tersebut juga memiliki pelanggan tempat mereka menjual produk/jasa tersebut.

2.1.2.3 Keuntungan e-commerce

Ahmadi dan Hermawan (2013:13) mengungkapkan bahwa *e-commerce* memiliki keuntungan dan kerugian, keuntungan *e-commerce* sebagai berikut :

1. *Revenue stream* (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional.
2. Dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar).
3. Meningkatkan *customer loyalty*.
4. Memperpendek waktu produksi.
5. Menurunkan biaya produksi.
6. Meningkatkan *supplier management*.
7. Meningkatkan *value chain* (mata rantai pendapatan).
8. Melebarkan jangkauan (*global reach*).

2.1.2.4 Faktor keberhasilan e-commerce

Dalam membentuk usaha *e-commerce* yang sukses secara umum perusahaan harus mencari cara untuk dapat membangun kepuasan, loyalitas, dan hubungan baik dengan para pelanggan secara online agar pelanggan merasa terpelayani oleh perusahaan. Menurut Khasanah (2016) dalam kompasiana.com kunci keberhasilan usaha *e-commerce* ialah ketika perusahaan mampu mengoptimalkan beberapa faktor sukses *e-commerce* seperti berikut :

1. *Selection and Value*, Faktor Pilihan dan nilai meliputi pilihan produk yang menarik, harga yang bersaing, jaminan kepuasan, dan dukungan pelanggan setelah penjualan.
2. *Performance and Service*, Faktor Kinerja dan pelayanan meliputi navigasi, proses belanja, dan pembelian serta konfirmasi pengiriman yang cepat dan mudah. *Look and Feel*, Faktor Tampilan dan rasa yakni meliputi pajangan web, situs web, area belanja, produk multimedia, halaman katalog dan fitur belanja yang menarik.
3. *Advertising and incentives*, Faktor Iklan dan insentif meliputi : web dan promosi e-mail bersasaran serta penawaran khusus, termasuk iklan diberbagai situs afiliasi.
4. *Personal attention*, Faktor perhatian personal meliputi halaman web personal, saran produk yang dipersonalisasi, iklan web dan pemberitahuan e-mail, serta dukungan interaktif untuk semua pelanggan.
5. *Community relationship*, Faktor hubungan dengan komunitas meliputi komunitas virtual para pelanggan, pemasok, perwakilan perusahaan, dan lain-lainnya melalui *newsgroup*, ruang bincang, serta berbagai hubungan ke situs-situs terkait.
6. *Security and Reliability*, Faktor keamanan dan keandalan meliputi keamanan informasi pelanggan dan transaksi di situs web, informasi produk yang dapat dipercaya, serta pemenuhan pesanan yang dapat diandalkan.

2.1.3 Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah

2.1.3.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah

2.1.3.1.1 Definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Terdapat beberapa definisi mengenai usaha mikro kecil dan menengah.

Berikut beberapa definisi UMKM menurut beberapa instansi :

Definisi UMKM menurut undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha, mikro, kecil dan menengah :

“Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha Kecil adalah 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. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang memenuhi kriteria usaha.”

Definisi menurut kementerian koperasi dan UMKM dalam depkop.go.id

“Usaha kecil, termasuk usaha mikro adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000. sementara itu, usaha menengah merupakan entitas usaha milik warga Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 s/d Rp. 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.”

Definisi UMKM menurut Bank Indonesia dalam bi.go.id

Usaha kecil adalah usaha produktif milik warga negara Indonesia, yang berbentuk badan usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha berbadan hukum seperti koperasi bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 200.000.000 pertahun, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki kriteria aset tetapnya dengan besaran yang dibedakan antara industri manufaktur (Rp. 200.000.000 s/d Rp. 500.000.000) dan non manufaktur (Rp. 200.000.000 s/d Rp.600.000.000).

Sedangkan menurut Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Aufar (2014)

definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha Mikro merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 1 orang sampai dengan 4 orang dan Usaha Kecil adalah usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai

dengan 19 orang, sedangkan Usaha Menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

Tabel 2.1

Jumlah Tenaga Kerja Sesuai Kriteria Usaha

Keterangan	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
Jumlah Tenaga Kerja	≥ 4 orang	5-19 orang	20-99 orang

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan definisi di atas dapat dikatakan bahwa usaha, mikro, kecil dan menengah adalah usaha ekonomi yang produktif yang digerakkan oleh orang perorangan, atau badan usaha namun dengan modal usaha tertentu dan keterbatasannya dalam mengembangkan usaha, serta bukan anak perusahaan atau afiliasi yang dimiliki atau dikuasai oleh perusahaan atau koperasi.

2.1.3.1.2 Kriteria Usaha Kecil dan Menengah

Dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Kecil dan Menengah memiliki kriteria antara lain :

- a. Kriteria usaha mikro
 - 1) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - 2) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Kriteria Usaha Kecil
 - 1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500. 000.000,00 (lima ratus juta rupiah)
 - 2) memiliki usaha penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Kriteria Usaha Menengah
 - 1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Tabel 2.2

Kriteria UMKM Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008

No	Jenis Usaha	Kriteria	
		Kekayaan Bersih	Penjualan Tahunan
1	Usaha mikro	≤ 50 juta	≤ 300 juta
2	Usaha kecil	50 juta – 500 juta	300 juta- 2,5 milyar
3	Usaha menengah	500 juta- 10 milyar	2,5 milyar – 50 milyar

Sumber : UU No.20 Tahun 2008

2.1.3.1.3 Keunggulan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, ada beberapa faktor yang menjadi kelebihan usaha mikro kecil dan menengah adalah sebagai berikut :

- Inovatif yang merupakan kemampuan yang dimiliki usaha kecil untuk selalu melakukan terobosan baru yang belum pernah ada, atau mengerjakan produk yang sudah ada dengan cara-cara baru.
- Usaha kecil dikenal lebih akrab karena usaha kecil lahir dan tumbuh berkembang dari golongan masyarakat kecil untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sesuai dengan norma yang berlaku di lingkungannya.
- Usaha kecil lebih fleksibel, maksudnya usaha yang dilakukan bersifat lentur sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada baik waktu, tempat, tenaga kerja, produksi, posisi tawar, iklim usaha dan pasar.

2.3.1.4 Kelemahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, ada beberapa faktor yang menjadi kelemahan usaha mikro kecil dan menengah adalah sebagai berikut :

- Sulit untuk dapat mengembangkan usaha disebabkan karena jumlah modal yang dimiliki terbatas.

- b. Sulit untuk bisa mendapat karyawan disebabkan karena jumlah gaji yang ditawarkan tidak terlalu besar.
- c. Biasanya lemah dalam spesialisasi. Pemilik usaha UMKM tidak berjualan barang tertentu dengan secara tetap. Artinya mereka dapat saja menjual barang lain dilain waktu.

2.3.1.5 Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Kecil dan Menengah memiliki beberapa peran antara lain:

- a. Penyedia barang dan jasa, dimana usaha kecil dan menengah menjadi pemasok barang dan jasa yang diperlukan oleh usaha menengah dan usaha besar. Atau sebagai penyalur hasil usaha menengah dan usaha besar untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.
- b. Penyerap tenaga kerja dengan adanya usaha kecil yang menciptakan berbagai unit usaha sesuai kebutuhan masyarakat maka usaha kecil menjadi penyerap tenaga kerja yang tinggi bagi angkatan kerja.
- c. Pemerataan pendapatan, unit-unit usaha yang sesuai dengan lingkungan sosial masyarakat dan menumbuhkan potensi ekonomi yang tidak digarap oleh usaha menengah dan besar. Unit usaha tersebut akan tumbuh dan berkembang dan menghasilkan output sesuai dengan kemampuannya.
- d. Memberi nilai tambah bagi produk dan jasa daerah, usaha kecil dapat memberi kesempatan yang luas untuk mengembangkan potensi seni dan budaya yang menjadi ciri khas daerah masing-masing, seperti produksi kerajinan, pariwisata, makanan, dan lain-lain sehingga memberi nilai tambah ekonomis bagi produk jasa daerah tersebut.
- e. Meningkatkan taraf hidup, usaha kecil yang dilakukan dengan baik akan memberikan penghasilan yang teratur dan dapat berkembang menjadi usaha menengah yang dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak lagi.

2.1.3.2 Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah

2.1.3.2.1 Pengertian Kinerja

Sebelum mengacu pada kinerja usaha ada baiknya untuk memahami arti dari kinerja terlebih dahulu. Kinerja adalah sesuatu yang sangat penting bagi perusahaan saat dikaitkan dengan aktivitas maupun kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Akan ada hasil yang baik jika kinerja yang dilakukan optimal. Dengan ini pengertian kinerja dikemukakan:

Menurut Wibowo (2013:7) menyatakan “kinerja adalah suatu hasil kerja yang ditujukan oleh seseorang atau organisasi tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya dalam rangka mencapai tujuan organisasi tersebut dalam periode waktu tertentu yang sudah ditentukan.”

Menurut Amir M (2015:5) menyatakan “kinerja adalah suatu yang ditampilkan oleh seorang atau suatu proses yang berkaitan dengan tugas kerja yang ditetapkan. Kinerja bukan ujung terakhir dari serangkaian proses kerja tetapi tampilan keseluruhan yang dimulai dari unsur kegiatan *input*, *output*, dan *outcome*.”

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan sekumpulan proses yang mendorong seorang manajer untuk mengambil tindakan yang tepat pada periode tertentu sehingga mampu menghasilkan kinerja yang baik dimasa yang akan datang.

2.1.3.2.2 Pengertian Kinerja Usaha

Perusahaan membutuhkan kinerja yang optimal. Apabila kinerja usaha meningkat, bisa dilihat dari kegiatan usaha dalam rangka untuk menghasilkan keuntungan yang besar. Laba yang dihasilkan akan berbeda tergantung dengan ukuran perusahaan yang bergerak. Wirausahawan yang sukses pada umumnya memiliki kompetensi yang ditunjukkan oleh sikap dan perilakunya dalam menjalankan usaha. Sikap dan perilaku yang terarah dapat membantu seseorang mencapai hasil kinerja yang diharapkan.

Menurut Tika M (2014:122) menyatakan “kinerja usaha adalah hasil dari suatu pekerjaan atau kegiatan yang ada dalam perusahaan yang dipengaruhi faktor intern dan ekstern organisasi dalam mencapai tujuan yang ditetapkan selama periode waktu tertentu.”

Sahabuddin (2015:14) menyatakan “kinerja usaha adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang/organisasi secara keseluruhan selama periode tertentu dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan kemungkinan, seperti hasil kerja, target, sasaran, atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama.”

Berdasarkan pengertian mengenai kinerja dan UMKM di atas, dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan hasil yang dicapai secara keseluruhan dan dibandingkan dengan hasil kerja, target, sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama pada sebuah entitas usaha dengan kriteria aset dan omzet yang telah ditentukan dalam undang-undang.

2.1.3.2.3 Faktor yang mempengaruhi kinerja usaha

Menurut Rokhayati (2015) faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM terbagi menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1. Faktor Internal terdiri dari :
 - a. Aspek Sumberdaya Manusia
 - b. Aspek Keuangan
 - c. Aspek Teknik Produksi atau Operasional
 - d. Aspek Pasar dan Pemasaran
2. Faktor Eksternal terdiri dari :
 - a. Aspek Kebijakan Pemerintah
 - b. Aspek Sosial Budaya dan Ekonomi
 - c. Aspek Teknik Produksi atau Operasional.

2.1.3.2.4 Pengukuran Kinerja Usaha

Pengukuran kinerja merupakan hal yang penting dalam menilai keberhasilan suatu perusahaan untuk menjalankan proses bisnisnya. Pengukuran kinerja pada perusahaan memiliki peranan penting dalam segala aspek kegiatan fungsional dan operasional agar dapat menjamin apakah perusahaan berjalan dengan benar dalam upaya mencapai tujuan.

Menurut Witanty dan Hadiana (2016:43), suatu usaha dapat diukur dari berbagai macam, diantaranya *financial* dan *non-financial* dengan menggunakan 4(empat) perspektif yaitu:

1. Perspektif Keuangan (*financial*)
Pengukuran keuangan (*financial*) dapat memberikan petunjuk apakah strategi perusahaan, implementasi, dan pelaksanaannya memberikan kontribusi atau tidak kepada peningkatan laba perusahaan. Tujuan dan ukuran finansial harus memainkan peran ganda yaitu menentukan kinerja finansial yang diharapkan dari strategi dan menjadi sasaran akhir dari tujuan dan ukuran perspektif lainnya.
2. Perspektif Pelanggan
Perspektif pelanggan mengidentifikasi bagaimana kondisi pelanggan dan segmen pasar yang telah dipilih oleh perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor. Segmen yang dipilih mencerminkan keberadaan pelanggan sebagai sumber pendapatan
3. Perspektif Proses Bisnis
Kemampuan perusahaan untuk melakukan peningkatan secara terus menerus melalui proses kualitas produk yang lebih baik.
4. Perspektif Pertumbuhan dan pembelajaran
Proses pertumbuhan dan pembelajaran ini bersumber dari faktor sumber daya manusia, sistem, dan prosedur organisasi

2.1.3.2.5 Indikator Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Menurut Darmanto, et, al, (2018:14) indikator yang sering digunakan UMKM untuk menilai kinerja pada umumnya sebagai berikut:

1. Pertumbuhan penjualan, Pertumbuhan penjualan merupakan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan mencerminkan penerimaan pasar atas produk atau jasa perusahaan yang akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan usaha. Pertumbuhan penjualan yang tinggi akan meningkatkan pendapatan, sehingga kinerja usaha juga meningkat
2. Target Penjualan, setiap tahun membuat rencana penjualan.
3. Pertumbuhan Tenaga Kerja, Tenaga kerja adalah orang yang bekerja pada pemilik usaha untuk menjalankan setiap aktivitas yang ada dalam perusahaan. Semakin besar perusahaan, semakin banyak aktivitas dalam perusahaan, sehingga semakin banyak tenaga kerja yang dipakai oleh perusahaan. pertumbuhan tenaga kerja yang tinggi mencerminkan kinerja usaha yang dimiliki semakin bagus
4. Pertumbuhan Pasar, Pertumbuhan pasar mencerminkan tingkat perubahan penerimaan pasar atas produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Semakin tinggi pertumbuhan pasar akan meningkatkan tingkat pengembalian investasi, sehingga kinerja perusahaan menjadi lebih baik.
5. Pertumbuhan Laba, Laba adalah kelebihan pendapatan di atas biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan. Setiap kegiatan usaha bertujuan untuk memperoleh laba yang maksimal agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya. pertumbuhan laba yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan semakin bagus.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3

PenelitianTerdahulu

No	Nama & Judul Penelitian	Metode Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Arisandi (2014) “Efektivitas penerapan e-commerce dalam perkembangan usaha kecil menengah di sentra industri sandal dan sepatu wediri kabupaten sidoarjo”	Metode Analisis: Regresi Berganda Sampel : sentra industri sandal dan sepatu wediri kabupaten sidoarjo	Variabel Penelitian: Efektifitas penerapan e-commerce	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas penerapan E-Commerce dalam pengembangan UMKM telah optimal. Karena telah memenuhi dua dari tiga ukuran efektivitas yaitu pendekatan proses dan pendekatan target. Selain itu, efektivitas E-Commerce juga telah ditunjukkan oleh faktor organisasi, faktor teknologi dan faktor lingkungan.
2	Lesmono (2015) “pengaruh penggunaan e-commerce bagi pengembangan UKM dengan pendekatan technology acceptance model”	Metode Analisis: Regresi Linier Berganda Sampel : 150 pelaku UKM di Jakarta Barat yang mengadopsi e-commerce dalam menjalankan aktivitas usahanya	Variabel Independen : 1. Kemampuan diri pada komputer 2. Persepsi Kemudahan Penggunaan 3. Pemakaian Nyata Sistem Variabel Dependen : Pengembangan ukm dengan pendekatan technology	1. Kemampuan Komputer secara signifikan berpengaruh Positif terhadap variabel Penggunaan E- commerce. 2. Variabel Penggunaan E- commerce berpengaruh Positif terhadap variabel Pemanfaatan Technology. 3. Variabel Penggunaan E- commerce berpengaruh Positif terhadap variabel Perkembangan UMKM dan Pendekatan Technology.

No	Nama & Judul Penelitian	Metode Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
3	Rahmawati (2018) “Pengaruh Penerapan <i>E-commerce</i> Terhadap Kinerja Keuangan pada Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif di Klaten”	Metode Analisis: Regresi Berganda Sampel : 30 sampel pelaku usaha ekonomi kreatif yang menggunakan e-commerce di Kabupaten Klaten	Variabel Independen : Penerapan e-commerce Variabel Dependen : kinerja keuangan ukm	Hasil pengujian dan analisis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kinerja keuangan sebelum dan sesudah menggunakan e-commerce baik diukur dengan menggunakan rasio profit margin, gross profit margin maupun net profit margin.
4	Ardianto (2018) “Analisis Pengguna Media Sosial dalam Pengembangan UMKM di Desa Kemasan Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali”	Metode Analisis: Regresi Berganda Sampel : UMKM yang sudah menggunakan & memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk-produknya	Variabel : Penggunaan dan pemanfaatan media sosial	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa penggunaan dan pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi dapat meningkatkan daya saing UMKM dilihat dari segi penjualan yang mengalami kenaikan dibandingkan dengan tidak menggunakan media sosial.
5	Farida, et.al (2019) “Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kinerja UMKM di Kota Tegal”	Metode Analisis: Regresi Berganda Sampel : Daerah kota Tegal	Variabel Independen: 1. Variabel tingkat pendidikan 2. Variabel kemampuan menyusun laporan keuangan	1. Variabel Tingkat Pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Operasional UMKM. 2. Variabel Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan tidak berpengaruh signifikan

No	Nama & Judul Penelitian	Metode Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			3. Variabel minat penggunaan e-commerce Variabel dependen: Kinerja UMKM	terhadap Kinerja Operasional UMKM. 3. Variabel Minat Menggunakan Ecommerce berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Operasional UMKM.
6	Matandra (2018) “Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Produktivitas dan Kinerja Karyawan Usaha Mikro Kecil Menengah di wilayah kota Makassar”	Metode Analisis : Regresi Berganda Sampel : Penyebaran kuesioner pemilik/manajer UMKM di kota Makassar	Variable Independen : Teknologi Informasi Variabel Dependen : Produktivitas dan Kinerja Karyawan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi berpengaruh signifikan 29,7% terhadap produktivitas karyawan dan sisanya 70,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Variabel teknologi informasi berpengaruh signifikan 36,7% terhadap kinerja karyawan dan sisanya 63,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan meningkatkan penggunaan teknologi informasi maka dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja karyawan.
7	Ishnainy (2015) “Pengaruh Kecanggihan Teknologi Informasi, Partisipasi	Metode Analisis : Regresi Berganda Sampel : 30 orang karyawan PT Kereta Api	Variable Independen : Kecanggihan Teknologi Informasi, Partisipasi Manajemen, Kemampuan Pemakaian SIA	hasil yang dilakukan dapat diketahui bahwa kecanggihan teknologi informasi sebesar 3,4%, partisipasi manajemen sebesar 14,0%, dan kemampuan pemakai sistem informasi akuntansi sebesar 32,2% terhadap kinerja

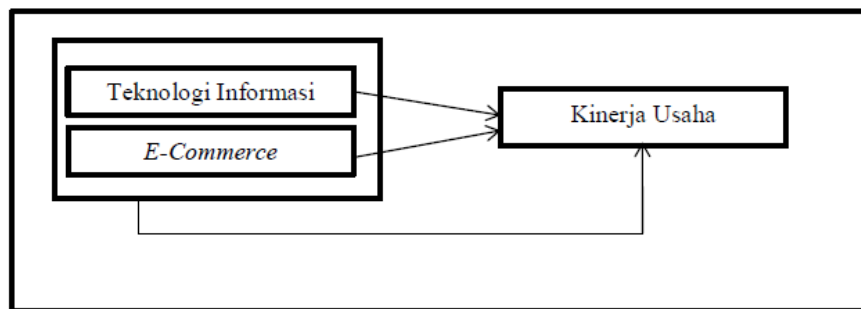
No	Nama & Judul Penelitian	Metode Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Manajemen dan Kemampuan Pemakaian Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Individu”	Indonesia Persero Bandung	Variabel Dependen : Kinerja Karyawan	individu. Secara simultan kecanggihan teknologi informasi, partisipasi manajemen, dan kemampuan pemakai sistem informasi akuntansi terhadap kinerja individu sebesar 80,6%, sedangkan sisanya 19,4% merupakan pengaruh faktor lain di luar ketiga variabel independen yang sedang diteliti, seperti faktor motivasi, mekanisme kerja, kepemimpinan, psikologis, dan lain-lain
8	Muzaki, et.al (2016) “Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Karyawan (PT Telkom Pusat Divisi Regional V Surabaya)	Metode Analisis : Regresi Berganda Sampel : 98 Karyawan PT Telkom Pusat Divisi Regional V Surabaya	Variable Independen : Penggunaan Teknologi Informasi Variabel Dependen : Kinerja Karyawan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat sebesar 52.8%. sedangkan sisanya 47.2% merupakan variabel lain (kemampuan dan motivasi) yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan.
9	Wahyudi (2017) “Pengaruh Teknologi Informasi dan E - Commerce terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus Perusahaan	Metode Analisis : Regresi Berganda Sampel : 60 Karyawan PT YEN	Variable Independen : Teknologi Informasi, <i>e-commerce</i> Variabel Dependen : Kinerja Usaha	1. Teknologi Informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha 2. <i>E-commerce</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha

No	Nama & Judul Penelitian	Metode Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Fabrikasi Mie, Baso dan Sosis YEN Kota Bandung)			
10	Nurlinda dan Vidya (2019) “Determinan Adopsi <i>E-commerce</i> dan Dampaknya pada Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	Metode Analisis : Regresi Linier Berganda Sampel : 222 pelaku UMKM di Kota Medan	Variable Independen : Kesediaan organisasi dan kesediaan Teknologi Informasi Variabel Dependen : Kinerja Usaha pada UMKM	Hasil penelitian menunjukkan secara serempak seluruh konstruk berpengaruh pada adopsi <i>e-commerce</i> dan adopsi <i>e-commerce</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Medan.
11	Sarastyarini dan Yadnyana (2018) “Pengaruh <i>E-Commerce</i> dan Efektivitas Kerja Pengguna terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Kecil, Menengah Di Denpasar	Metode Analisis : Regresi Linier Berganda Sampel : 88 pelaku UMKM yang menggunakan <i>e-commerce</i> di Denpasar	Variable Independen : <i>E-commerce</i> dan Efektivitas Kerja Variabel Dependen : Kinerja Usaha pada UMKM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan pada usaha kecil dan menengah akan semakin meningkat apabila pelaku usaha menggunakan <i>e-commerce</i> dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya dan peningkatan pada efektivitas kerja pengguna <i>e-commerce</i> akan diikuti juga dengan peningkatan kinerja perusahaan pada usaha kecil dan menengah yang menggunakan <i>e-commerce</i> di Denpasar.

Sumber: Berbagai Literatur yang sudah dicantumkan dalam daftar pustaka

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya serta berapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengaruh antara teknologi informasi dan *e-commerce* (variabel independen) terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah (variabel dependen). Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan dari penelitian terdahulu, maka ditunjukkan model penelitian dalam menjelaskan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Sumber: Kerangka Pemikiran Penulis, Oktober 2019

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Teknologi Informasi terhadap kinerja usaha

Menurut Mulyadi (2014:21) Teknologi informasi adalah mencakup komputer (*software* dan *hardware*), berbagai peralatan kantor elektronik, perlengkapan pabrik dan telekomunikasi. Sedangkan, menurut Kadir dan

Triwahyuni (2013:10) Teknologi informasi adalah studi penggunaan peralatan elektronika, terutama komputer, untuk menyimpan, menganalisis, dan mendistribusikan informasi apa saja, termasuk kata-kata, bilangan, dan gambar. Saat ini persaingan dunia bisnis di Indonesia berkembang sangat pesat, dengan terbuktnya banyak perusahaan yang berkembang memanfaatkan sarana teknologi sehingga dapat berpengaruh positif kepada Kinerja Usaha.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Matandra (2018) menyatakan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan usaha mikro kecil dan menengah. Serta penelitian yang dilakukan oleh Muzaki. et, al, (2016) menyatakan bahwa teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini menunjukkan semakin baik teknologi informasi di suatu perusahaan semakin baik pula kinerja usaha.

Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis dapat dirumuskan sebagai beriku

H1: Teknologi Informasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Usaha.

2.4.2 Pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja usaha

Menurut Kadir & Triwahyuni (2013:371) *e-commerce* adalah perdagangan elektronik dalam segala bentuk kegiatan pembelian dan penjualan, pemasaran, produk, jasa, dan informasi yang dilakukan secara elektronik, yaitu dengan mengandalkan jaringan internet. Sedangkan menurut Rainer dan Cegilski (2011) *Electronic commerce (e-commerce)* adalah membeli dan menjual barang/jasa, *e-business* mengacu pada pelayanan konsumen, kolaborasi dengan partner bisnis dan melakukan transaksi elektronik dalam sebuah perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sarastyarini dan I Ketut Yadnyana (2018) menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Serta penelitian yang dilakukan oleh wahyudi (2017) menyatakan bahwa penerapan *e-commerce* yang dilakukan sebagai alat promosi dapat meningkatkan kinerja usaha. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *e-commerce* pada suatu usaha maka semakin baik pula kinerja usahanya.

Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut

H2: *E-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja usaha

2.4.3 Pengaruh teknologi informasi dan *e-commerce* terhadap kinerja usaha

Kinerja usaha pada usaha mikro kecil dan menengah dapat dipengaruhi oleh teknologi informasi dan *e-commerce*. Hal ini sejalan dengan penelitian Pramanda (2016) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah; Farida, et.al (2013) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *e-commerce* terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah; serta penelitian Wahyudi (2017) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara teknologi informasi dan *e-commerce*.

Berdasarkan hasil penelitian Pramanda (2016), Farida, et.al (2013), dan Wahyudi (2017) maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H3 : Teknologi Informasi dan *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja usaha