

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

UMKM atau yang disebut Usaha Mikro, kecil dan menengah menjadi salah satu peran penting didalam perekonomian Indonesia baik usaha kecil/usaha menengah. Di era modern seperti ini, perkembangan bisnis menjadi sangat pesat. Sektor kuliner sebagai salah satu subsector UMKM, Menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dan kontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja serta peningkatan pendapatan Masyarakat. Namun, ditengah persaingan semakin ketat, Pelaku UMKM kuliner menghadapi berbagai tantangan, termasuk dalam hal strategi bisnis, kemampuan manajerial dan pengetahuan akuntansi. Pelaku UMKM harus bisa menarik perhatian konsumen dan memenuhi harapan konsumennya. Perkembangan usaha UMKM mengalami peningkatan terutama di bisnis kuliner.

Persaingan dalam usaha bisnis pada zaman sekarang ini semakin ketat, sehingga mengharuskan para pelaku usaha untuk meningkatkan kegiatan usahanya dalam setiap bidang. Hal tersebut dimaksudkan agar tujuan utama dari usaha tersebut dapat tercapai, dimana hampir setiap usaha yang ada, baik dalam skala kecil maupun besar memiliki tujuan yang sama, yaitu meningkatkan penjualan produk untuk mendapatkan laba sebaik mungkin yang diupayakan untuk perluasan dari usaha tersebut. Sehubungan dengan tujuan dari usaha bisnis tersebut yang dihubungkan dengan persaingan usaha yang semakin ketat, maka banyak sekali usaha-usaha bisnis yang mulai melakukan peningkatan-peningkatan

dalam setiap aspek bidang usaha, baik yang berhubungan dengan produk atau jasa yang dihasilkan ataupun dalam internal usaha tersebut (Tripustikasari & Wahyudi, 2018).

UMKM merupakan basis ekonomi kerakyatan. UMKM kuliner mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia, didorong oleh trend kuliner yang dinamis dan kemudahan akses ke platform digital. Namun, banyak UMKM kuliner yang tidak mampu bertahan lama dan mengalami kegagalan karena faktor kurangnya strategi bisnis dan kemampuan manajerial yang menunjukkan adanya tantangan dalam pengelolaan bisnis, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya kuliner bisnis terbaru dan tempat makan Pelaku UMKM kuliner perlu memiliki strategi bisnis yang tepat untuk memenangkan persaingan. Persaingan bukan hanya terjadi dari kuliner terbaru atau tempat makan namun juga pada penjualan secara daring. Bisnis kuliner juga mempunyai prospek yang sangat baik di kota-kota kecil di Indonesia khususnya di Kecamatan Tambusai utara. Bisnis kuliner di desa ini terbilang sangat menjanjikan. UMKM kuliner menjadi yang terbanyak namun sayangnya kinerja UMKM kuliner masih rendah, dan strategi bisnis kurang maksimal (Muttaqin Abdillah, 2019)

Berdasarkan pendapat Wirawan (2019) bahwa kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu telah disepakati Bersama. kinerja dapat dikatakan sebagai alat untuk mewujudkan tujuan organisasi, sehingga sektor kinerja menjadi hal yang penting bagi pelaku

UMKM. Hal tersebut yang masih menjadi penghambat bagi perkembangan UMKM kuliner di Kecamatan Tambusai Utara.

Strategi bisnis adalah langkah penting untuk memastikan bisnis tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang pesat di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan strategi yang efektif, perusahaan dapat menetapkan arah yang jelas, memaksimalkan potensi pasar, serta mengoptimalkan sumber daya. Strategi bisnis yang tepat menjadi kunci keberhasilan UMKM dalam menghadapi persaingan. Pelaku UMKM kuliner perlu memiliki strategi yang jelas dalam hal produk, Harga, promosi dan distribusi agar dapat menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan. Selain itu, kemampuan manajerial yang baik juga diperlukan untuk mengelola operasional usaha secara efisien dan efektif. Kemampuan ini meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian. Berkaitan dengan strategi bisnis yang dilakukan, UMKM harus mampu menerapkan strategi bisnis yang sesuai agar strategi tersebut dampak memberikan bagi kelangsungan usaha yaitu meningkatkan kinerja UMKM. Strategi yang tepat sangat diperlukan bagi pengusaha UMKM, mengingat dalam mengembangkan usahanya dituntut kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan bisnisnya, penentuan strategi bisnis yang baik akan berdampak pada pencapaian kinerja yang baik.

Pengetahuan akuntansi juga tidak kalah penting dalam pengelolaan keuangan UMKM. Dengan pemahaman yang baik tentang akuntansi, pelaku UMKM dapat membuat keputusan keuangan yang tepat, mengelola arus kas, dan mengukur kinerja keuangan usaha. Namun, masih banyak pelaku UMKM kuliner

yang belum memiliki pengetahuan akuntansi yang memadai, sehingga mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan usaha.

Beberapa peneliti melakukan penelitian terhadap kinerja UMKM dengan variabel yang berbeda-beda. Penelitian oleh Rini Widianingsih,dkk (2019), menggunakan variabel strategi bisnis dan memperoleh hasil bahwa strategi bisnis secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja UMKM Bidang kuliner. Berbeda dengan penelitian Rini Widianingsih, dkk, penelitian oleh Alifa Aulia Rahma (2020) menemukan bahwa strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM pada bidang knalpot di Kabupaten Purbalingga.

Kemampuan manajerial mengarah kepada pelaku UMKM harus memahami benar bagaimana mengelola usahanya agar pelaku UMKM mampu mengoordinasi kegiatan usahanya dalam bidang produksi, pemasaran, Sumber Daya Manusia (SDM) dan keuangan serta sumber daya lainnya secara efisien dan efektif. Banyak pelaku UMKM kuliner yang memiliki latar belakang kuliner, namun kurang memiliki kemampuan manajerial yang memadai. Kemampuan manajerial yang lemah dapat menghambat pengelolaan bisnis yang efektif dan efisien. Kemampuan manajerial meliputi banyak hal mulai dari cara mengatur karyawan, cara mengatur keuangan, cara memasarkan produk dan lain-lain. Hal tersebut karena kemampuan manajerial sehingga akan berpengaruh pada kinerja UMKM

Penelitian lain oleh Sezalia Agita Putri (2023) yang meneliti pengaruh kemampuan manajerial menunjukkan bahwa kemampuan manajerial berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Penelitian Sezalia Agita Putri ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Sri (2024) yang menunjukkan bahwa

tidak ada pengaruh kemampuan manajerial terhadap kinerja usaha. Hal ini berkaitan dengan sikap keyakinan pemilik UMKM terhadap faktor faktor yang dapat mendukung atau menghambat perilaku pengambilan keputusan mereka dengan melakukan pemeriksaan dan pemantauan di setiap sektor UMKM

Pengetahuan Akuntansi Pengambilan atau pembuatan keputusan juga seringkali melihat pada laporan yang ada. Kebanyakan UMKM memang tidak memiliki laporan lengkap seperti laporan pada perusahaan besar. Pembuatan laporan yang dilakukan biasanya hanya dibuat sepengetahuan dari pelaku UMKM. Banyak pelaku UMKM yang mencampur keuangan pribadi dengan keuangan usaha, sehingga perhitungan keuntungan menjadi tidak akurat. Semakin baik pengetahuan akuntansi pelaku UMKM tentunya akan semakin akurat informasi yang disajikan, sehingga pengambilan keputusan juga akan semakin akurat. Kakuratan pengambilan keputusan akan mengarah pada kinerja perusahaan menjadi lebih efisien dan efektif.

Penelitian menggunakan variabel pengetahuan akuntansi dilakukan oleh Khairul Amri (2023) yang menunjukkan hasil bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Penelitian Khairul Amri bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Reni Sovia (2021) yang menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM.

Berdasarkan uraian tentang fenomena dan juga penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kinerja UMKM di Kecamatan Tambusai Utara. Dengan judul ”pengaruh strategi bisnis, kemampuan manajerial dan pengetahuan akuntansi pelaku UMKM

terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kecamatan Tambusai Utara” hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan UMKM kuliner di Indonesia, khususnya dalam hal peningkatan strategi bisnis, kemampuan manajerial dan pengetahuan akuntansi.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kecamatan Tambusai Utara?
2. Apakah kemampuan manajerial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kecamatan Tambusai Utara ?
3. Apakah pengetahuan akuntansi pelaku UMKM berpengaruh simultan terhadap kinerja UMKM Bidang Kuliner di Kecamatan Tambusai Utara?
4. Apakah strategi bisnis, kemampuan manajerial dan pengetahuan akuntansi pelaku UMKM berpengaruh simultan terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kecamatan Tambusai Utara ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kecamatan Tambusai Utara
2. Menganalisis pengaruh kemampuan manajerial terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kecamatan Tambusai Utara
3. Untuk mengetahui pengetahuan akuntansi pelaku UMKM terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kecamatan Tambusai Utara

4. Menganalisa pengaruh strategi bisnis, kemampuan manajerial, pengetahuan akuntansi pelaku UMKM terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kecamatan Tambusai Utara

1. 4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi UMKM

Penelitian dapat menjadi bahan referensi untuk menganalisis Strategi bisnis, Kemampuan manajerial, dan Pengetahuan Akuntansi pelaku UMKM. Penelitian juga dapat membantu pelaku UMKM dalam mempertahankan usahanya

2. Bagi Penulis

Untuk menerapkan metode atau ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan melatih untuk menganalisa permasalahan yang terkait kinerja UMKM

3. Bagi Pembaca

Dapat digunakan sebagai bahan pengetahuan serta sebagai perbandingan dan sumber acuan untuk bidang kajian yang sama.

1.5. Batasan Masalah & Originalitas

1. Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi pada UMKM yang difokuskan di bidang kuliner jenis warung makan, restoran dan cafe yang berlokasi di kecamatan Tambusai Utara. Strategi bisnis yang diteliti di fokuskan pada strategi pemasaran, kemampuan manajerial kemampuan pelaku UMKM dalam perencanaan dan pengorganisasian operasional kuliner. Pengetahuan akuntansi adalah pengetahuan

dasar mengenai pencatatan transaksi keuangan dan pembuatan laporan keuangan yang sederhana. Dan kinerja UMKM berdasarkan pertumbuhan omzet dan jumlah pelanggan.

2. Originalitas

Penelitian ini merupakan Pengembangan dari penelitian Rini Widianingsih yang berjudul “ Pengaruh strategi bisnis, kemampuan manajerial dan pengetahuan akuntansi pelaku UMKM terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kabupaten Purbalingga” Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang terletak pada tempat penelitian di kabupaten purbalingga sedangkan penelitian ini di Kecamatan Tambusai Utara, Variabel kinerja UMKM terletak perbedaan pengukuran kinerja umkm, dan waktu penelitian dari tahun 2019 sedangkan penelitian ini tahun 2025

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah pemahaman dan penelaahan penelitian. Dalam penelitian ini, sistematika penulisan terdiri atas tiga bab, masing-masing uraian yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini merupakan pendahuluan yang materinya sebagian besar menyempurnakan usulan penelitian yang berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah & originalitas dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan secara terperinci yang memuat tentang UMKM, Kinerja, Strategi Bisnis, Kemampuan Manajerial, dan Pengetahuan Akuntansi, kerangka pemikian, penelitian yang relevan dan perumusan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang pengembangan metodologi yang terdiri dari objek penelitian, Jenis penelitian, Jenis data dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel dan definisi operasioanal, dan teknik analisis data.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja dan berperan penting dalam proses pemerataan serta peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas ekonomi nasional

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, ketentuan umum Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro: Usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil: Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah: Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil

atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia (Kementerian Koperasi, 2022). Kelompok usaha ini terbukti tahan terhadap berbagai guncangan, seperti krisis ekonomi dan pandemi, sehingga penguatan UMKM menjadi prioritas pemerintah. Kriteria usaha yang termasuk dalam UMKM telah diatur secara jelas dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, yang membagi UMKM menjadi tiga kategori:

Usaha Mikro dengan aset maksimal Rp 50.000.000 dan omzet maksimal Rp 300.000.000 per tahun; Usaha Kecil dengan aset antara Rp 50.000.000 hingga Rp 500.000.000 dan omzet antara Rp 300.000.000 hingga Rp 2.500.000.000 per tahun;

Serta Usaha Menengah dengan aset antara Rp 500.000.000 hingga Rp 10.000.000.000 dan omzet antara Rp 2.500.000.000 hingga Rp 50.000.000.000 per tahun (Undang-Undang No. 20 Tahun 2008).

Kriteria ini bertujuan untuk memberikan batasan yang jelas mengenai ukuran usaha, sehingga memudahkan dalam pengembangan kebijakan dan program yang mendukung UMKM. UMKM berfungsi sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, pencipta lapangan kerja, dan penyedia barang dan jasa.

Selain itu, UMKM juga berkontribusi dalam pemerataan pendapatan dan pengentasan kemiskinan.

2.1.2 Kinerja UMKM

Pengertian Kinerja UMKM

Menurut Armstrong dalam Wibowo (2016:7), kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis, organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empiris suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati (Yurniwati, 2015:65). Kinerja merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan, karena kinerja mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumberdayanya. Kinerja perusahaan diukur dengan menggunakan pengukuran subyektif yang mendasarkan pada persepsi staff dan manajer perusahaan atas berbagai dimensi pengukuran kinerja perusahaan. Dimensi pengukuran kinerja yang lazim digunakan dalam berbagai penelitian adalah pertumbuhan (growth), kemampuan laba (profitability) dan efisien (Murphy,dkk 1996) dalam Yurniwati (2015). Penilaian kinerja perusahaan dapat diukur dengan ukuran keuangan dan non keuangan. Ukuran keuangan untuk mengetahui hasil tindakan yang telah dilakukan dimasa lalu dan ukuran keuangan tersebut dilengkapi dengan ukuran non keuangan tentang kepuasan customer, produktivitas dan komitmen personel yang akan menentukan kinerja keuangan

masa yang akan datang (Yurniwati, 2015). Sehingga dapat dikatakan bahwa kinerja perusahaan suatu capaian perusahaan yang dapat diukur dengan suatu kriteria tertentu, kriteria yang dapat dipakai untuk mengukur suatu capaian yang dapat berupa nilai keuangan dan non keuangan. Melalui data informasi capaian tersebut, diharapkan dapat mendatangkan kesejahteraan bagi pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.

Kinerja UMKM dapat dijelaskan sebagai hasil yang dicapai UMKM dalam mencapai tujuan tertentu dalam waktu atau periode tertentu. Tercapainya operasional UMKM yang baik tentu memerlukan upaya dari para pemangku kepentingan. Tekad dan ketekunan usaha kecil, menengah, dan mikro dalam menjalankan usahanya juga menentukan tingkat efisiensi yang dapat dicapai. Tentu saja, ukuran kinerja keuangan juga memerlukan kinerja non-keuangan.

a. Indikator Kinerja UMKM

Menurut Minuzu (2015:11) terdapat indikator dalam kinerja UMKM, yaitu :

a) Pertumbuhan penjualan

Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil menjalankan strateginya.

b) Pertumbuhan modal

UMKM disebut memiliki laju pertumbuhan tinggi jika mempunyai modal yang cukup untuk membiayai pertumbuhannya tersebut. Makin cepat tingkat atau laju pertumbuhan UMKM, maka makin besar kebutuhan untuk

membelanjai pertumbuhan UMKM tersebut makin besar kebutuhan dana untuk membelanjai kebutuhannya maka UMKM tersebut makin cenderung untuk menahan bagian besar dari keuntungan yang diperoleh

b. Penambahan tenaga kerja setiap tahun

Kinerja UMKM akan berhasil apabila UMKM tersebut menambah tenaga kerja setiap tahunnya karena produksi yang meningkat

4. Pertumbuhan pasar dan pemasaran

Pemasaran berperan penting untuk mengetahui apa yang menjadi keinginan konsumen. Dengan begitu, para pelaku UMKM bisa mengetahui apa keinginan pasar

5. Pertumbuhan keuntungan atau laba usaha

Laba yang diperoleh akan digunakan untuk berbagai kepentingan. Laba akan digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan UMKM tersebut atas jasa yang diperolehnya.

2.1.2 Strategi Bisnis

Strategi Bisnis adalah rencana jangka panjang yang dirancang untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi dengan cara yang efektif dan efisien. Strategi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pengembangan produk hingga pemasaran, pengelolaan sumber daya, dan hubungan dengan pelanggan. Strategi bisnis menurut David (2020), yang merujuk pada konsep yang dikembangkan oleh Fred R. David dalam bukunya "*Strategic Management*," mencakup beberapa elemen kunci yang membantu organisasi dalam merumuskan dan menerapkan

strategi yang efektif. Berikut adalah beberapa poin penting dari pendekatan strategi bisnis menurut David :

a. **Analisis Eksternal**

Analisis eksternal adalah proses sistematis untuk memahami lingkungan di luar perusahaan atau organisasi. Tujuan analisis eksternal adalah menemukan dan mengembangkan daftar terbatas dari berbagai peluang yang dapat menguntungkan perusahaan dan ancaman yang harus dihindari. Mengidentifikasi peluang dan ancaman di pasar, termasuk analisis industri, pesaing, dan tren pasar.

b. **Analisis Internal**

Analisis internal adalah proses sistematis untuk mengevaluasi sumber daya, kemampuan, dan kompetensi internal organisasi. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dapat memengaruhi kinerja dan keunggulan kompetitif organisasi. Menilai kekuatan dan kelemahan organisasi, termasuk sumber daya, kapabilitas, dan proses internal.

2. Analisis SWOT

Menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengintegrasikan hasil analisis eksternal dan internal. Ini membantu dalam merumuskan strategi yang memanfaatkan kekuatan dan peluang sambil mengatasi kelemahan dan ancaman.

3. Penetapan Visi dan Misi

Visi dan misi adalah dua elemen penting dalam perencanaan strategis suatu organisasi. Keduanya memberikan arah dan tujuan yang jelas bagi organisasi tersebut.

a. Visi

Visi adalah pernyataan jangka panjang yang menggambarkan tujuan ideal dan aspirasi sebuah organisasi.

b. Misi

Misi adalah pernyataan yang lebih spesifik tentang bagaimana organisasi akan mencapai visinya. Menjelaskan tujuan dasar organisasi dan nilai-nilai yang dipegang.

Strategi adalah suatu rencana perusahaan yang dapat dilihat dari visi dan misi perusahaan sebagai petunjuk yang dirancang sebagai tujuan utama dari suatu perusahaan melalui pelaksanaan yang tepat sebagai suatu proses penentuan rencana pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Beberapa hal yang harus diperhatikan perusahaan saat memilih strategi bisnis adalah siapa yang akan dilayani, apa kebutuhan target pelanggan tersebut agar bisa memuaskan, dan bagaimana kebutuhan itu akan terpenuhi. Hal ini dikarenakan persaingan di UMKM telah menciptakan banyak pilihan menarik bagi pelanggan, sehingga mempersulit menentukan strategi untuk melayani mereka dengan sebaik-baiknya. Maka dari itu perusahaan dapat menentukan strategi bisnis mana yang dapat diintegrasikan kedalam aktivitas bisnisnya (Aaker, 2005: 4; Wheelen dan David, 2010).

Efektivitas strategi tingkat bisnis bergantung pada peluang dan ancaman di lingkungan eksternal perusahaan dan pada kekuatan dan kelemahan yang berasal dari portofolio sumber daya perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memilih strategi tingkat bisnis yang didasarkan pada kecocokan antara peluang dan ancaman di lingkungan eksternal dan kekuatan organisasi internalnya sebagaimana ditunjukkan oleh kompetensi intinya. Setelah perusahaan memilih strateginya, perusahaan harus secara konsisten menekankan tindakan yang diperlukan agar dapat berhasil.

a. Indikator strategi bisnis

Berikut merupakan indikator pengukuran tingkat strategi bisnis menurut (Porter, 1994; Wheelen dan David, 2010) sebagai berikut :

1. Strategi Kepemimpinan Biaya

Strategi kepemimpinan biaya adalah seperangkat tindakan terpadu yang dilakukan untuk menghasilkan barang atau jasa dengan harga yang dapat diterima oleh pelanggan dengan yang paling rendah jika dibandingkan dengan pesaing. Perusahaan yang menggunakan strategi kepemimpinan biaya biasanya menjual barang atau jasa standar ke pelanggan industri yang paling khas. Inovasi proses, yang merupakan metode dan teknik produksi dan distribusi yang baru dirancang yang memungkinkan perusahaan beroperasi lebih efisien, sangat penting untuk keberhasilan penggunaan strategi kepemimpinan biaya.

2. Strategi Diferensiasi

Strategi diferensiasi adalah serangkaian tindakan terpadu yang dilakukan untuk menghasilkan barang atau jasa (dengan biaya yang dapat diterima) yang menurut pelanggan berbeda dengan cara yang penting bagi mereka. Sementara pemimpin biaya melayani pelanggan biasa di sebuah industri, pembeda menargetkan pelanggan yang nilainya diciptakan oleh cara produk perusahaan berbeda dari produk yang diproduksi dan dipasarkan oleh pesaing. Inovasi produk, yaitu menghasilkan cara baru untuk memecahkan masalah pelanggan - melalui pengembangan produk atau layanan baru - yang menguntungkan pelanggan.

3. Strategi Fokus

Strategi fokus adalah serangkaian tindakan terpadu yang dilakukan untuk menghasilkan barang atau jasa yang melayani kebutuhan segmen persaingan tertentu. Dengan demikian, perusahaan menggunakan strategi fokus saat mereka memanfaatkan kompetensi inti mereka untuk melayani kebutuhan segmen industri tertentu atau ceruk dengan mengesampingkan orang lain.

Contoh segmen pasar spesifik yang dapat ditargetkan oleh strategi fokus meliputi

- (1) kelompok pembeli tertentu (remaja atau lansia).
- (2) segmen produk yang berbeda atau
- (3) pasar geografis yang berbeda.
- 4) Strategi Kepemimpinan / Diferensiasi Terpadu

Tujuan penggunaan strategi ini adalah untuk secara efisien menghasilkan produk dengan beberapa fitur berbeda. Produksi yang efisien adalah sumber mempertahankan biaya rendah sementara diferensiasi adalah sumber untuk menciptakan nilai unik. Perusahaan yang berhasil menggunakan strategi kepemimpinan / diferensiasi biaya terpadu biasanya beradaptasi dengan cepat terhadap teknologi baru dan perubahan yang cepat di lingkungan eksternal mereka. Bersamaan berkonsentrasi untuk mengembangkan dua sumber keunggulan kompetitif (biaya dan diferensiasi) meningkatkan jumlah kegiatan utama dan dukungan di mana perusahaan harus menjadi kompeten. Perusahaan semacam itu sering memiliki jaringan yang kuat dengan pihak luar yang menyempurnakan beberapa kegiatan utama dan dukungan. Pada gilirannya, memiliki keterampilan dalam jumlah aktivitas yang lebih besar membuat perusahaan lebih fleksibel

Indikator Strategi bisnis Menurut Michael E. Porter terdapat tiga landasan teori strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu strategi diferensiasi, menekan biaya rendah dan fokus. Michael E. Porter menamakan ketiganya strategi umum (strategi generik). Indikator yang digunakan adalah:

- 1) Memperkenalkan produk baru (*differentiation*)
- 2) Menciptakan produk yang berbeda (*differentiation*)
- 3) Melakukan riset pasar (*differentiation*)
- 4) Menekan biaya lebih rendah dari pesaing (*low cost*)
- 5) Produk dengan biaya efisien (*low cost*)

- 6) Perbaikan koordinasi berbagai produk (*low cost*)
- 7) Melakukan analisis biaya (*low cost*)
- 8) Fokus terhadap pelanggan tertentu (*focus strategy*)
- 9) Fokus terhadap produk tertentu (*focus strategy*)
- 10) Fokus terhadap segmen pasar tertentu (*focus strategy*)

Strategi differentiation adalah strategi perusahaan untuk menciptakan suatu produk yang unik, yang berbeda dengan pesaing. Keunikan inilah yang merupakan superior value bagi konsumennya. Superior value tersebut haruslah dilihat dari sisi konsumen dan bukan dilihat dari sisi produsen.

Low cost yaitu strategi perusahaan yang bertujuan untuk memiliki harga yang lebih rendah dari pesaing tanpa mengurangi pendapatan. Mempertahankan keuntungan yang di targetkan tidaklah mudah bagi perusahaan yang menggunakan strategi ini, karena membutuhkan penggunaan fasilitas yang efisien, pembiayaan dan kontrol biaya yang ketat.

Focus strategy ialah strategi yang mengkonsentrasikan perusahaan terhadap beberapa target pasar saja, biasanya disebut dengan strategi fokus. Strategi ini bertujuan untuk fokus terhadap usaha pemasaran pada satu atau dua segmen pasar dan membuat bauran pasaran yang dikhususkan untuk pasar tersebut sehingga perusahaan bisa menemukan kebutuhan target pasar lebih baik.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penjelasan di atas adalah terdapat tiga strategi dalam indikator strategi bisnis, yang mana dari ketiga strategi tersebut mempunyai peran masing-masing dan sangat berpengaruh pada perusahaan sehingga dapat memberikan kebutuhan pasar yang lebih baik lagi.

2.1.2 Kemampuan Manajerial

1. Pengertian dan Dasar Kemampuan Manajemen

Manajemen berasal dari kata “to manage” yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen itu, jadi manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan. Kemampuan manajerial dapat diartikan kecakapan atau kesanggupan seorang pemimpin dalam melaksanakan tugas dan fungsinya serta bertanggung jawab atas pekerjaan yang dilakukan. Hal tersebut tercermin pada perannya sebagai pemimpin yaitu membuat rencana, mengatur, memimpin dan mengendalikan pelaksanaannya untuk mencapai sasaran. Pengertian manajemen mempunyai beberapa karakteristik, yaitu :

- a) Ada tujuan yang ingin dicapai
- b) Sebagai perpaduan ilmu dan seni
- c) Merupakan proses yang sistematis, terkoordinasi, kooperatif, dan terintegrasi dalam memanfaatkan unsurunsurnya
- d) Ada dua orang atau lebih yang bekerjasama dalam suatu organisasi
- e) Didasarkan pada pembagian kerja, tugas dan tanggung jawab
- f) Mencakup beberapa fungsi
- g) Merupakan alat untuk mencapai tujuan.

Sifat dasar manajemen beragam. Manajemen berhubungan dengan semua aktivitas organisasi dan dilaksanakan pada semua level organisasi. Karena itu manajemen bukan merupakan sesuatu proses yang terpisah atau pengurangan atas

fungsi dalam suatu organisasi atau tidak hanya mengelola satu bidang saja tetapi juga sangat luas.

Sebagai contoh: pada bidang produksi, pemasaran, keuangan, atau personil satu dengan yang lainnya memiliki hubungan fungsional. Dalam hal ini manajemen suatu proses umum yang dilaksanakan terhadap semua fungsi lain yang dilaksanakan dalam organisasi.

2. Prinsip-prinsip Kemampuan Manajerial

Prinsip bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Prinsip dalam manajemen bisnis adalah pendayagunaan seluruh kemampuan manajerial dalam upaya untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memberikan jasa.⁴⁸ Menurut Sonny Keraf dalam buku “Etika Bisnis : Tuntutan dan Relevansinya, beliau menjabarkan mengenai beberapa nilai dan prinsip yang harus dijalankan dalam manajemen bisnis, meliputi :

- a. Prinsip Otonomi : yaitu sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.
- b. Prinsip Kejujuran : terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran. Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Kedua, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa

dengan mutu dan harga yang sebanding. Ketiga, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.

- c. Prinsip Keadilan : menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai criteria yang rasional obyektif, serta dapat dipertanggung jawabkan.
- d. Prinsip Saling Menguntungkan (Mutual Benefit Principle) : menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak.
- e. Prinsip Integritas Moral : terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan atau orang-orangnya maupun perusahaannya

3. Indikator Kemampuan Manajerial

Menurut Mahmud indikator yang digunakan berupa kemampuan berkomunikasi dengan karyawan secara baik, mampu mengantar barang tepat waktu, kemampuan untuk membuat keputusan sendiri, menyelesaikan masalah usaha, mampu mengarahkan dan memotivasi karyawan, mampu mendelegasikan pekerjaan dengan baik, mampu membuat rencana strategi bisnis, memperhatikan perubahan lingkungan yang terkait dengan usaha, membangun tim kerja yang handal dan mampu menyelesaikan konflik yang terjadi.

Indikator yang dikemukakan oleh Stephen P. Robbins yaitu kualitas kerja kuantitas kerja ketepatan waktu kerja dan efektivitas.

- a) Kualitas, diukur dari persepsi karyawan terhadap kualitas yang dihasilkan serta kesempurnaan tugas terhadap keterampilan dan kemampuan karyawan.

- b) Kuantitas, merupakan jumlah yang dihasilkan dinyatakan dalam istilah seperti jumlah unit, jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan.
- c) Ketepatan waktu, merupakan tingkat aktivitas diselesaikan pada awal waktu yang dinyatakan.
- d) Efektivitas, merupakan tingkat penggunaan sumber daya organisasi dimaksimalkan dengan maksud menaikkan hasil dari setiap unit dalam penggunaan sumber daya.

Menurut Suryana (2006), kemampuan manajerial seseorang dapat dilihat dari tiga indikator. Terdapat tiga indikator tersebut adalah sebagai berikut :

4. Keahlian Teknis

Keahlian teknis yang saling berkaitan dengan apa yang dilakukan dan bekerja dengan sesuatu, bertujuan dengan adanya kemampuan menggunakan teknologi untuk mengerjakan tugas-tugas organisasionalnya. Terdapat ciri-ciri seseorang dalam pemenuhan aspek keterampilan teknis (Sezalia, 2023). Adanya ciri-ciri yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki teknik dalam bidang tertentu yang dapat mendukung usaha untuk mencapai tujuan.
- b. Memiliki kemampuan untuk menggunakan sarana dan prasarana yang ada untuk mendukung suatu pekerjaan atau kegiatan.

2. Keahlian Manusia

Keahlian manusia yang saling berkaitan dengan bagaimana melakukan sesuatu hal yakni bekerja dengan orang dapat memahami kemampuan untuk bekerja sama dengan orang lain untuk mencapai tujuan bersama. Terdapat ciri-ciri

seseorang dalam pemenuhan aspek keterampilan manusia (Sezalia, 2023). Adanya ciri ciri yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki kemampuan untuk memahami setiap alur pekerjaan.
- b. Memiliki kemampuan yang baik dalam menyampaikan setiap tugas dan arahan kepada karyawan.
- c. Memiliki kemauan untuk menerima saran dari orang lain.

3. Keahlian Konseptual

Keahlian konseptual yang saling berkaitan dalam melakukan sesuatu dengan cara pandang orang terhadap organisasi secara menyeluruh, terdiri dari kemampuan untuk memahami komplikasi perusahaan karena komplikasi tersebut dapat dipengaruhi dan mempengaruhi lingkungannya. Terdapat ciri-ciri seseorang dalam pemenuhan aspek keterampilan konseptual (Sezalia, 2023). Adanya ciri ciri yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki kemampuan yang baik dalam mengkoordinasi kegiatan usaha.
- b. Memiliki kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan secara individu.
- c. Memiliki kemampuan untuk melaksanakan pekerjaan dengan baik.
- d. Memiliki kegiatan usaha yang mendukung dalam pencapaian target.

Terdapat tiga indikator untuk mengukur kemampuan manajerial (Wijyanthi, 2019). Ketiga indikator tersebut yaitu kemampuan dalam mengembangkan orang lain, mengarahkan dan memimpin orang lain, serta kerja sama tim dan bekerja sama dengan orang lain. Penjelasan ketiga indikator yaitu sebagai berikut :

1. Mengembangkan orang lain (developing others) adalah kemampuan untuk membuat orang lain berkembang secara serius tidak hanya sekedar formalitas. Kemampuan ini dapat berupa memberikan pelatihan keterampilan atau mempromosikan seseorang karena kepentingan bisnis. Terdapat ciri-ciri seseorang dalam pemenuhan aspek mengembangkan orang lain (Hapsah, 2018). Ciri-ciri tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki pengalaman pernah memimpin dua orang atau lebih dalam pekerjaan.
- b. Memberikan berbagi pengalaman dan memberikan arahan kepada sesama karyawan atau bawahan di tempat kerja.
- c. Memberikan kesempatan kepada sesama karyawan dan atau bawahan untuk mengikuti pengembangan atau pelatihan berkaitan dengan pekerjaannya.
- d. Memberikan penghargaan kepada sesama karyawan dan atau bawahan yang berprestasi.
- e. Memberikan dukungan kepada sesama karyawan dan atau bawahan untuk meningkatkan kemampuan teknis.

2. Mengarahkan dan memimpin orang lain (directiviness) adalah kemampuan seseorang dalam memimpin orang lain untuk mentaati kebijakan-kebijakan yang telah dibuatnya. Terdapat ciri-ciri seseorang dalam pemenuhan aspek mengarahkan dan memimpin orang lain (Hapsah, 2018). Ciri-ciri tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan koordinasi secara rutin pada orang-orang yang saya pimpin.
- b. Memberikan evaluasi kepada sesama karyawan dan bawahan secara rutin.

- c. Mengkoordinasikan dan mengingatkan standar operasional kerja kepada sesama karyawan dan bawahan.
 - d. Mengevaluasi hasil capaian pekerjaan setiap sebelum pulang kantor secara rutin.
3. Kerjasama tim dan bekerja sama dengan orang lain (teamwork and cooperation) adalah kemampuan untuk bekerja sama dengan orang lain, mampu menjadi bagian dari tim, memahami dan memotivasi orang lain, serta tetap kompetitif dalam mengerjakan tugas individunya. Terdapat ciri-ciri seseorang dalam pemenuhan aspek kerja sama tim dan bekerja sama dengan orang lain (Hapsah, 2018). Ciri-ciri tersebut adalah sebagai berikut :
- a. Memberikan kesempatan kepada sesama karyawan untuk memberikan usulan mengenai perbaikan kinerja.
 - b. Memimpin rapat untuk persiapan dan evaluasi kerja.
 - c. Menyelesaikan dan memberikan solusi atas konflik yang terjadi dipekerjaan yang menjadi tanggung jawab saya.
 - d. Memberikan arahan kepada staff dan karyawan.
 - e. Memberikan stimulasi kepada sesama karyawan dan bawahan untuk kemajuan usaha bersama

2.1.3 Pengetahuan Akuntansi

Pengetahuan akuntansi begitu penting karena menyatakan bahwa rendahnya pengetahuan akuntansi atau manajer menyebabkan banyak UMKM mengalami kebangkrutan. Hal ini terjadi karena lemahnya pemilik atau manajer UMKM mengetahui proses akuntansi dalam perkembangan usaha. Pengetahuan

adalah salah satu yang sangat penting dalam berperilaku. Jika disimpulkan, pengetahuan adalah sejenis pengalaman dan wawasan tentang berbagai hal, pengetahuan ini akan menjadi pertimbangan ketika berhadapan dengan informasi baru atau mengevaluasi situasi terkait. Sebagaimana dijelaskan diatas, akuntansi adalah proses menghasilkan laporan keuangan dalam proses ini laporan tersebut akan digunakan sebagai salah satu keputusan. Oleh karena itu pengetahuan akuntansi sangat penting untuk dapat menggunakan akuntansi, karena dapat membantu dalam mempertimbangkan dan mengevaluasi informasi akuntansi berdasarkan wawasan dan pengalaman yang dimiliki dibidang akuntansi. Pengetahuan akuntansi merupakan pengetahuan aktif yang ada di pengusaha kecil dan menengah.

Menurut kamus besar bahasa indonesia pengetahuan berarti segala sesuatu yang diketahui, kepandaian, atau segala sesuatu yang diketahui berkaitan dengan sesuatu hal. Akuntansi adalah suatu aktivitas jasa, yang menyediakan informasi kuantitatif tentang entitas ekonomi yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan ekonomis (Belkaoui,2014:37).

Akuntansi adalah suatu kegiatan pencatatan, penggolongan, ringkasan, pelaporan, dan penganalisisan data keuangan suatu perusahaan. Proses belajar akuntansi akan meningkatkan pengetahuan akuntansi pemilik, sehingga pemahaman pemilik akan semakin meningkat. Pengetahuan akuntansi sangat penting bagi manajer atau pemilik bisnis untuk menjalankan bisnis. Pada dasarnya pengetahuan akuntansi dibutuhkan untuk menghasilkan kinerja UMKM.

Menurut Kusumaryoko (2017:98) pengetahuan akuntansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan deklaratif dan pengetahuan prosedural

1. Pengetahuan Deklaratif

Pengetahuan deklaratif adalah pengetahuan tentang fakta dan berdasarkan konsep, misalnya kas merupakan bagian dari aset lancar, pengetahuan ini membuat analisis rasio lebih mudah. Pengetahuan deklaratif biasanya bergantung pada instruksi yang ada. Secara umum, seseorang harus terlebih dahulu memahami pengetahuan deklaratif sebelum anda dapat memahami pengetahuan prosedural sehingga pengetahuan prosedural dapat dikumpulkan dengan menafsirkan pengetahuan dekoratif.

2. Pengetahuan Prosedural

Pengetahuan prosedural merupakan pengetahuan yang konsisten dengan aturan aturan standar akuntansi yang berlaku yang biasanya tergantung pada pengalaman.

2.1.4 Indikator Pengetahuan Akuntansi

Pengetahuan akuntansi dibutuhkan semua pihak, baik manager bahkan pemangku kepentingan. Sehingga pengetahuan akuntansi yang dimiliki biasanya meliputi laporan keuangan yang digunakan. Karena dengan pengetahuan akuntansi maka pihak pihak yang berkepentingan membaca laporan keuangan sebagai sumber informasi untuk pengambilan keputusan. Adapaun indikator yang digunakan untuk mengukur pengetahuan akuntansi adalah sebagai berikut menurut Dwi Lestanti (2015:65) :

- a. Pengetahuan Deklaratif adalah pengetahuan seseorang terhadap suatu informasi berdasarkan fakta. Contoh seseorang mengetahui rumus persamaan akuntansi.
- b. Pengetahuan Prosedural adalah pengetahuan bagaimana seseorang melakukan sesuatu atau dalam menjalankan langkah-langkah dalam suatu proses. Pengetahuan ini meliputi tahapan yang sistematis berupa :
 1. input (masukan), adalah tahap awal yang biasanya berupa data data transaksi. Proses sistematis, pada proses akuntansi terdapat aktivitas utama yaitu mengidentifikasi, mencatat dan mengkomunikasikan kejadian ekonomi dari sebuah perusahaan
 2. Ouput (keluaran), adalah informasi yang dihasilkan biasanya berupa laporan keuangan yang dilakukan oleh pihak pihak sebagai dasar pengambilan keputusan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel Penelitian terdahulu

No	Judul>Nama/tahun	Variabel	Hasil Penelitian	Keterbatasan
1	Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, penggunaan informasi akuntansi, modal, inovasi dan tingkat pendidikan terhadap kinerja UMKM (Study empiris pada	X1 : Pengetahuan Akuntansi X2 : Penggunaan informasi akuntansi X3 : Modal X4 : Inovasi X5 : Tingkat pendidikan	Variabel Pengetahuan Akuntansi positif terhadap kinerja UMKM Variabel Penggunaan Informasi pengaruh positif terhadap kinerja UMKM	Wilayah dan ruang lingkup penelitian ini terbatas, yaitu hanya dalam ruang lingkup UMKM di Kuok Penelitian ini terkendala dalam pengambilan

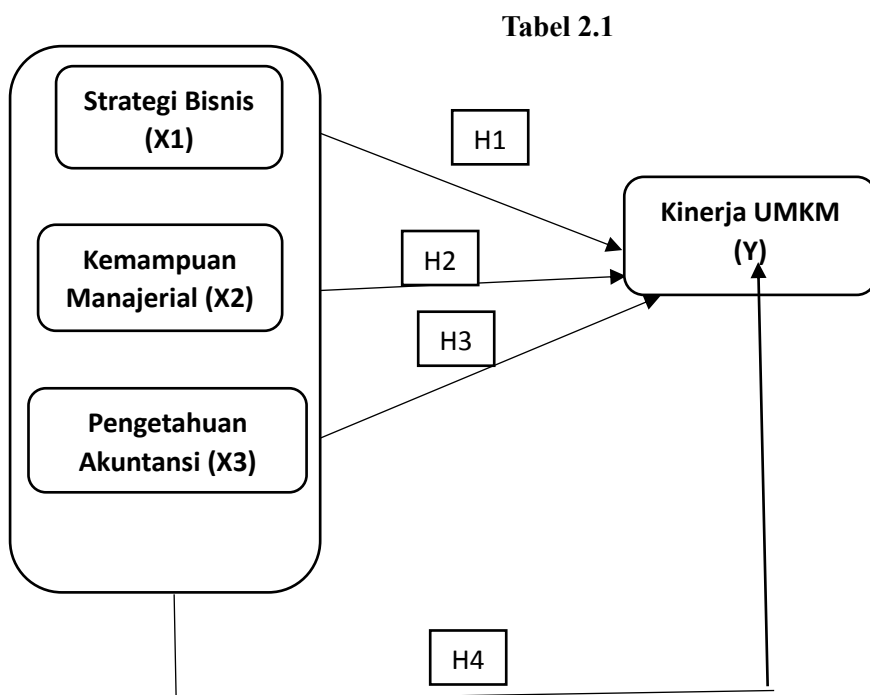
	kecamatan kuok), Khairul Amri, 2023	Y : Kinerja UMKM	Variabel Modal pengaruh Negatif atau tidak signifikan terhadap kinerja UMKM Variabel Inovasi berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM Variabel tingkat pendidikan Berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM	sampel masih ada kelemahaan yang ditemui seperti jawaban kuesioner
2	Pengaruh Strategi Bisnis, Kemampuan Manajerial, dan Pengetahuan Akuntansi pelaku UMKM Terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner di Kabupaten Purbalingga. Rini Widianingsih, dkk (2019)	X1 : Strategi bisnis X2 : Kemampuan Manajerial X3 : Pengetahuan Akuntansi Y : Kinerja UMKM Bidang Kuliner	Variabel Stategi bisnis menunjukkan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan Variabel kemampuan manajerial pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan Variabel Pengetahuan Akuntansi pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan	
3	Pengaruh Strategi Bisnis, Kemampuan Manajerial Pelaku UMKM terhadap Kinerja UMKM pada bidang Knalpot di Kabupaten Purbalingga. Alifa	X1 : Strategi bisnis X2 : Kemampuan Manajerial Y : Terhadap kinerja UMKM pada bidang knalpot	strategi bisnis UMKM tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Variabel kemampuan manajerial	peneliti memiliki beberapa saran Saran tersebut adalah sebaiknya pemilik UMKM menerapkan strategi bisnis agar dapat melihat peluang dan ancaman

	Aulia Rahman, Heni herawati,2020		berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional UMKM.	yang dapat muncul di lingkungan bisnis.
4	Implikasi GCG dan Kemampuan Manajerial Terhadap Strategi Manajemen Laba diperusahaan BUMN, Dewi Sri 2024	X1 : Dewan komisaris independen X2 : Kepemilikan manajerial X3 : Kemampuan Manajerial Pengetahuan akuntansi Y : Strategi Manajemen Laba	Dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap Manajemen Laba Kemampuan Manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba	Dalam penelitian ini, memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian : penelitian ini hanya dilakukan di perusahaan
5	Pengaruh Pengetahuan Akuntansi dan Pengalaman Usaha Terhadap Kinerja UMKM dengan Penggunaan Informasi Akuntansi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada UMKM Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru) (Reni Sovia, 2021)	X1 : Pengetahuan akuntansi X2 : Pengalaman Usaha Y : Kinerja UMKM dengan penggunaan informasi Akuntansi	pengetahuan akuntansi tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM pengalaman usaha tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru,	
6	Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemampuan Manajerial Terhadap Kinerja	X1 : Literasi Keuangan X2 : Kemampuan Manajerial	Variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja Keuangan	Lokasi UMKM yang digunakan masih terbatas yaitu hanya dalam wilayah

	Keuangan UMKM di Kabupaten Sleman, Sezalia Agita Putri, 2023	Y : Kinerja Keuangan UMKM	umkm Variabel kemampuan manajerial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan umkm	kabupaten sleman Pada penelitian ini menggunakan kuesioner secara online (Gform) yang dibagikan dan di isi oleh responden
--	--------------------------------------------------------------	---------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.3. Kerangka Pemikiran

Untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

2.4 Perumusan Hipotesis

Menurut Suryabrata (2013:21) "Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap yang kebenarannya masih harus di uji secara empiris". Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.

2.4.1 Hubungan Strategi Bisnis terhadap Kinerja UMKM

Ada kebutuhan mendesak bagi UMKM untuk menerapkan strategi bisnisnya. Pasalnya, banyak ancaman yang dihadapi pelaku UMKM dalam proses pengembangan UMKM di lingkungan bisnis. Ancaman terhadap kelangsungan UMKM perlu diatasi dengan menerapkan strategi bisnis yang tepat agar strategi bisnis tersebut pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja UMKM. Penelitian Rini Widianingsih (2019) terkait strategi bisnis menunjukkan bahwa strategi bisnis mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis (Studi pada Bidang Kuliner di Kabupaten Purbalingga). Berdasarkan uraian dan penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis pertama, yakni :

H_1 : Strategi Bisnis pelaku UMKM berpengaruh terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kecamatan Tambusai Utara

2.4.2 Hubungan Kemampuan Manajerial terhadap Kinerja UMKM

Kemampuan manajerial menentukan prosedur dan kebijakan yang diterapkan oleh pelaku UMKM. Semakin baik kemampuan manajerial para

pemangku kepentingan UMKM, maka semakin baik pula kinerja yang dicapai oleh UMKM tersebut. Penelitian kemampuan manajerial oleh Sezalia Agita Putri (2023) Penelitian menunjukkan bahwa kemampuan manajerial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Mirip dengan penelitian Sezalia Agita Putri (2023) Penelitian yang dilakukan oleh Alifa Aulia Rahma (2020) menunjukkan bahwa Kemampuan Manajerial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM pada bidang knalpot di Kabupaten Purbalingga. Berdasarkan pada penjelasan dan penelitian terdahulu tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis kedua yaitu :

H₂: Kemampuan Manajerial pelaku UMKM berpengaruh terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kecamatan Tambusai Utara

2.4.3 Hubungan Pengetahuan Akuntansi terhadap Kinerja UMKM

Pengetahuan akuntansi yang unggul dalam laporan dan pencatatannya serta dapat menjadi sumber informasi untuk pengambilan keputusan. Hal ini mempengaruhi kinerja UMKM, sehingga semakin baik pengetahuan akuntansi pemangku kepentingan UMKM maka semakin baik pula kinerja UMKM tersebut. Penelitian mengenai pengetahuan akuntansi yang dilakukan oleh Reni Sovia (2021) menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja UMKM dengan penggunaan informasi akuntansi sebagai variabel intervening (Studi Kasus pada UMKM Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru) berdasarkan penjelasan

tersebut dan penelitian sebelumnya maka dapat dirumuskan hipotesis ketiga yakni:

H_3 : Pengetahuan akuntansi pelaku UMKM berpengaruh terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kecamatan Tambusai Utara .

2.4.4. Hubungan Strategi Bisnis, Kemampuan Manajerial, dan Pengetahuan Akuntansi terhadap Kinerja UMKM

Hipotesis keempat menyatakan bahwa ketiga variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan penjelasan tersebut dan penelitian-penelitian sebelumnya yang telah diuraikan, maka dapat diajukan hipotesis keempat penelitian ini, yaitu:

H_4 : Strategi bisnis, kemampuan manajerial dan pengetahuan akuntansi Pelaku UMKM secara simultan berpengaruh terhadap kinerja UMKM bidang kuliner di Kecamatan Tambusai Utara

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Tambusai Utara. Penelitian akan dilakukan di beberapa lokasi usaha kuliner yang terdapat di wilayah ini, seperti restoran, kafe, dan warung makan. Lokasi penelitian dipilih berdasarkan pelaku UMKM kuliner yang beroperasi dan memiliki potensi untuk diteliti. Hal ini penting untuk memahami dinamika dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha di sektor kuliner, serta untuk mengevaluasi kinerja dan strategi yang diterapkan oleh mereka.

3.2. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena pengumpulan dan analisis data numerik yang dapat diukur secara statistik. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara beberapa variabel

3.3. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2023:90) dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM kuliner yang terdaftar di Kecamatan Tambusai Utara. Populasi dalam penelitian ini adalah 153 pelaku UMKM. Populasi ini mencakup berbagai jenis usaha kuliner, seperti restoran, kafe, dan

warung makan, yang aktif beroperasi dan memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal. Memahami karakteristik dan tantangan yang dihadapi oleh seluruh pelaku dalam populasi ini sangat penting untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi UMKM kuliner di daerah tersebut.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari sebuah populasi yang mempunyai karakteristik dari populasi tersebut (Garaika & Darmaah 2019). Metode Pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode random sampling. Dalam menentukan sampel, penelitian ini menggunakan rumus slovin

sebagai berikut :
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan (eror tolerance) yaitu sebesar 10%

Perhitungan :

$$n = \frac{153}{1 + 153(0,1)^2}$$

n = 61,2 dibulatkan Menjadi 61

Dari perhitungan tersebut maka ditemukan hasil pengambilan sampel 61 responden.

Tabel 3.2 Sampel Penelitian

NO	Nama UMKM	Alamat
1	RM Mata Air	Rw 04 Desa Bangun Jaya
2	Nasi Uduk	Rw 08 Desa Bangun Jaya
3	Warung Sate Buk Marni	Rw 02 Desa Bangun Jaya
4	Mie Ayam Bakso “Sukoharjo”	Rt 13 Desa Bangun Jaya
5	Mie Ayam Bakso Larasati	Rw 02 Desa Bangun Jaya
6	Dian Fried Chicken dan Risol Mayo	Rw 05 Desa Bangun Jaya
7	Angkringan Wira Wiri Wareg	Rw 02 Desa Bangun Jaya
8	Ayam Geprek Sepuluh Ribu	Rw 02 Desa Bangun Jaya
9	Resto Bambu Kuning	Rw 02 Desa Bangun Jaya
10	Allif Lesehan Ayam Jingkrang	Rw 02 Desa Bangun Jaya
11	Smootiesku	Rw 05 Desa Bangun Jaya
12	Bakso Handayani	Rw 02 Desa Bangun Jaya
13	Lesehan Violet	Rt 13 Desa Bangun Jaya
14	Bakso dan Mie Ayam Sanjaya	Rw 02 Desa Bangun Jaya
15	Mie Ayam Tasik	Rw 02 Desa Bangun Jaya
16	Kopi Sore	Saung rumbio Bangun jaya
17	Dapoer Disya Asther	Rt 13 Desa Bangun Jaya
18	Waroeng Sunda	Rw 02 Desa Bangun Jaya
19	Angkringan Nasi Pecel	Rw 02 Desa Bangun Jaya
20	RM Ampera Baru	Rw 08 Desa Bangun Jaya
21	Warung Sate Mas Gendhut	Rw 02 Desa Bangun Jaya
22	Demi Kebab dan Burger	Rw 02 Desa Bangun Jaya
23	Telur Gulung Zayyan	Rw 04 Desa Bangun Jaya
24	Cemilan Khairayyan	Rw 04 Desa Bangun Jaya
25	Mie Ayam Bakso Jumbo	Rt 08 Desa Bangun Jaya
26	Lesehan Nurul Jaya	Lingpas Desa Bangun Jaya

27	Sate Ajo Mata Air	Rw 05 Desa Bangun Jaya
28	Azri Asahan	Rw 02 Desa Bangun Jaya
29	Sate Ayam Mbak mitha	Rt 09 Desa Mekar Jaya
30	Soto Medan DS	Lingpas Desa Bangun Jaya
31	Lesehan Nurul Jaya	Lingpas Desa Bangun Jaya
32	Ikan Bakar Jayadi	RT 09 Desa Mekar Jaya
33	Ikan Bakar "Dede Sumarna"	Rw 03 Desa Bangun Jaya
34	Warung Ayam Gepruk dan Miso Bacok	Rw 04 Desa Bangun Jaya
35	Bakso Prasamanan "Rangga Ranggi"	Rw 06 Desa Bangun Jaya
36	Mie Bakso Jontor	Rw 04 Desa Bangun Jaya
37	Pondok Sate Ponorogo	Rt 07 Perladangan
38	Mie Ayam Bakso dan Sup Tengkleng "Mas Jojo"	Rw 05 Desa Bangun Jaya
39	TSM Casanova Kuliner	Rw 06 Desa Bangun Jaya
40	Martabak Banja Mesir dan Bangka	Rw 02 Desa Bangun Jaya
41	Warung Teh Talua Tapai	Rw 05 Desa Bangun Jaya
42	Warung Mbak Imoet	Rt 06 Desa Mekar Jaya
43	Putri Bakso Mangkok	Rw 05 Desa Bangun Jaya
44	Jajanan Pinggir Jalan "Aya"	Rw 02 Desa Bangun Jaya
45	Nasi Uduk Lamongan "Kasih Bunda"	Rw 05 Desa Bangun Jaya
46	Lesehan Sawargi	Rw 06 Desa Bangun Jaya
47	Mie Khas Surabaya	Rw 02 Desa Bangun Jaya
48	Warung Pojok	Rw 02 Desa Bangun Jaya
49	Rumah Kayu Resto "CK"	Rw 05 Desa Bangun Jaya
50	Resto Night Paradise	Rw 09 Desa Bangun Jaya
51	Warung Salero	Mahato Km 23
52	Ayam Penyet Geprek "Meme"	Mahato Km 24
53	Warung Seblak	Mahato Km 24
54	Lambung Kuliner Pane	Mahato Km 24
55	Lesehan Duo Rasa "Kak Maya"	Mahato Km 24

56	Zyleen Cafe	Mahato km 24
57	Latansa Cafe	Mahato Km 24
58	Mesti Cafe	Mahato Km 24
59	Chi Chi Seafood	Mahato Km 24
60	Geprek Sabil	Rw 02 Desa Bangun Jaya
61	Warung Miso Bacok 4 Putri	Rt 10 Perladangan

Sumber data olahan penelitian

3.4. Jenis dan Sumber Data

Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelaku UMKM kuliner di Kecamatan Tambusai Utara. Kuesioner ini dirancang secara sistematis dan mencakup pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti, yaitu strategi bisnis, kemampuan manajerial, pengetahuan akuntansi, dan kinerja UMKM. Dengan menggunakan kuesioner, peneliti dapat mengumpulkan informasi langsung dari responden, sehingga data yang diperoleh lebih relevan dan up-to-date. Responden diharapkan dapat memberikan jawaban yang jujur dan akurat, yang akan menjadi basis analisis dalam penelitian ini.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi beberapa metode yang saling melengkapi, yaitu kuesioner. Kuesioner adalah instrumen utama yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dari pelaku UMKM. Kuesioner ini dirancang dengan pertanyaan yang terstruktur, mencakup aspek-aspek terkait strategi bisnis, kemampuan manajerial, pengetahuan akuntansi, dan kinerja UMKM. Setiap pertanyaan menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat setuju atau tidak setuju responden terhadap pernyataan yang diberikan. Dengan menggunakan kuesioner, peneliti dapat memperoleh data

kuantitatif yang memungkinkan analisis statistik lebih lanjut, seperti analisis deskriptif dan regresi, sehingga hasil penelitian dapat diinterpretasikan secara objektif.

3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2023:61) Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Strategi Bisnis, Kemampuan Manajerial dan Pengetahuan Akuntansi

- b. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kinerja UMKM

Tabel 3.3
Variabel Operasional

Variabel	Indikator	Skala	Sumber
Kinerja UMKM	Pertumbuhan Penjualan Pertumbuhan Modal Pertumbuhan Tenaga Kerja Pertumbuhan Pasar Pertumbuhan Laba	Skala Likert 1- 5	Khairul Amri (2023)

Strategi Bisnis	Strategi kepemimpinan biaya Strategi diferensiasi Strategi Fokus	Skala Likert 1- 5	Dwita Arqista Rahmatika (2019)
Kemampuan Manajerial	1.Mengembangkan orang lain (developing others) 2. Mengarahkan dan memimpin orang lain (directiviness) 3. Kerja sama tim dan bekerja sama dengan orang lain (teamwork and cooperation)	Skala Likert 1- 5	Sezalia Agita Putri, (2023)
Pengetahuan Akuntansi	1.menggunakan akuntansi dalam menjalankan usahannya 2. memahami akuntansi dalam menjalankan usahanya	Skala Likert 1- 5	Khairul Amri (2023)

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda yaitu menganalisis pengaruh Variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Kemudian dilakukan pengecekan dengan melakukan plot data untuk melihat adanya data linear atau tidak linear, yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

3.7 Uji Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif akan dilakukan untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel yang diteliti. Metode ini memberikan gambaran umum mengenai demografi pelaku UMKM, seperti usia, jenis usaha, dan lama beroperasi. Selain itu, analisis ini akan mencakup ringkasan statistik dari setiap variabel, termasuk rata-rata, median, modus, dan distribusi frekuensi. Dengan cara ini, peneliti dapat memahami pola data yang ada dan memberikan konteks yang lebih baik untuk analisis selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal. Mendekati normal atau tidak.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antarvariabel

independen. Jika terjadi korelasi kuat, terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi (Husein Umar 2014:82). Adapun cara yang digunakan untuk menentukan ada tidaknya multikolinearitas yaitu sebagai berikut :

1. Nilai *Tolerance* adalah besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik (a). Jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
2. Nilai *variance inflation factor* (VIF) adalah factor inflasi penyimpangan baku kuadrat. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varian. Jika *variance* dari residul satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Jika signifikan pada uji t kurang dari 0,05, maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas.

d) Uji Regresi Linear Berganda

Untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, analisis regresi berganda akan diterapkan. Model regresi berganda dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan:

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+\dots+b_nX_n$$

Keterangan :

Y adalah variabel dependen (kinerja UMKM),

a adalah konstanta,

$b_1, b_2, b_3, \dots, b_n$ adalah koefisien regresi dari masing-masing variabel

independen,

$X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ adalah variabel independen (strategi bisnis, kemampuan manajerial, dan pengetahuan akuntansi). Dengan menggunakan regresi berganda, peneliti dapat mengevaluasi seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kinerja UMKM secara simultan.

e) Uji Hipotesis

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka uji hipotesis yang dipakai adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda karena dalam penelitian ini terdapat lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Adapun langkah langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, uji t dan uji F akan digunakan.

Uji t digunakan untuk menentukan signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen secara individual. Hipotesis yang akan diuji adalah:

H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H_1 : Ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Jika nilai t-hitung lebih besar dari *t-tabel* pada tingkat signifikansi yang ditetapkan (misalnya $\alpha = 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2. Uji Simultan (Uji f)

digunakan untuk menguji signifikansi model regresi secara keseluruhan.

Hipotesis yang akan diuji adalah:

H_0 : Semua koefisien regresi sama dengan nol (tidak ada pengaruh).

H_1 : Setidaknya ada satu koefisien regresi yang tidak sama dengan nol (ada pengaruh).

Jika nilai F-hitung lebih besar dari F -tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.