

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia di era seperti saat ini mempunyai peranan yang sangat penting. Peran UMKM sebagai penyangga ekonomi rakyat tidak perlu diragukan lagi. Dalam pembangunan ekonomi rakyat dalam suatu negara, peran UMKM berkontribusi dalam mengatasi masalah ekonomi makro seperti dalam mengatasi masalah pengangguran dan penyerapan tenaga kerja yang kemudian melahirkan berbagai produk baru, sehingga memberi manfaat dan peluang bagi masyarakat lainnya untuk membuka usaha baru lainnya. Peran UMKM yaitu penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, nilai tambah bagi produk daerah, dan peningkatan taraf hidup (Rizky et al., 2022).

Di Desa Prajegan, produk tas anyaman merupakan salah satu komoditas unggulan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Namun, pengrajin tas anyaman di desa ini masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan usaha mereka. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pengrajin tas anyaman di Desa Prajegan adalah keterbatasan akses pasar. Desa Prajegan, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Ponorogo, merupakan salah satu desa yang memiliki potensi besar dalam kerajinan tas anyaman. Tas anyaman dari desa ini memiliki keunikan dan kualitas yang tinggi, namun masih menghadapi kesulitan dalam memasarkan produknya ke pasar yang lebih luas.

Sebagian besar pengrajin masih mengandalkan metode pemasaran konvensional yang terbatas, sehingga penjualan produk mereka belum optimal. Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi berupa pendampingan dan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital para pengrajin (Pemasaran et al., 2024). Agar peran pelaku UMKM terus dapat bertahan bahkan dapat meningkat, diperlukan pengetahuan dan literasi keuangan yang cukup. Dengan penguasaan pengetahuan dan literasi keuangan yang cukup mereka akan mampu mengelola keuangan dengan seefisien mungkin. Selain itu diperlukan pemahaman tentang sistem informasi akuntansi dan pemanfaatan *marketplace*.

Salah satu tantangan yang dihadapi pengrajin tas anyaman di Desa Prajegan adalah keterbatasan akses pasar. Banyak pengrajin yang masih mengandalkan penjualan secara konvensional dan belum memanfaatkan platform digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Fenomena ini menyebabkan produk tas

anyaman yang dihasilkan seringkali tidak dapat dipasarkan secara optimal. *Marketplace* sebagai salah satu platform digital menawarkan potensi besar bagi pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Rachmawati dan Santoso (2022) menunjukkan bahwa pemanfaatan *marketplace* secara signifikan dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM. Namun, kondisi di lapangan menunjukkan bahwa banyak pengrajin tas anyaman di Desa Prajegan belum menerapkan strategi ini, yang menyebabkan mereka kehilangan peluang yang ada. Selain itu ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM yaitu Pemanfaatan *marketplace*, Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi dan Literasi Keuangan.

Marketplace adalah wadah atau tempat dalam memasarkan suatu produk secara elektronik atau online dengan mempertemukan penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi (Apriyadi, 2017). Keuntungan ketika berjualan di *marketplace* diantaranya, tidak diharuskan memiliki toko offline, pelaku usaha hanya di perlukan pendaftaran saja untuk memulai berjualan, banyak promo yang biasanya di sediakan oleh salah satu platform *marketplace*, bisa diakses dimana pun dan kapan saja (Nur Fitriana & Uswatusholihah, 2023). Dengan semakin berkembangnya teknologi digital, *marketplace* muncul sebagai solusi untuk meningkatkan aksesibilitas produk UMKM. *Marketplace* memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen di luar wilayah geografis mereka. Rachmawati dan Santoso (2022) menunjukkan bahwa penggunaan *marketplace* secara signifikan dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar bagi UMKM.

Selain itu, penting untuk memahami bagaimana UMKM dapat

mengoptimalkan penggunaan *marketplace*. Menurut Fitriani dan Prabowo (2021), strategi pemasaran digital yang tepat dapat membantu UMKM untuk lebih efektif dalam menjangkau konsumen. Penelitian ini akan mengeksplorasi berbagai strategi yang dapat digunakan oleh pengrajin tas anyaman di Desa Prajegan dalam memanfaatkan marketplace khususnya dalam produk tas anyaman tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Itha Afifah Hafitasari, Dara Ayu Adzani & Ade Yunita Mafruhah (2022) dari hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *marketplace* berpengaruh terhadap perkembangan UMKM (Hafitasari et al., 2022). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Ulfi, Hapid, Andi Dahri AP (2022) menyatakan bahwa *marketplace* tidak berpengaruh dalam perkembangan UMKM (Ulfi, 2022). Selain Pemanfaatan Marketplace, Pemahaman Sistem Informasi juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan UMKM.

Sistem informasi akuntansi merupakan suatu sistem informasi yang harus digunakan di setiap perusahaan seperti pengolahan transaksi atau subsistem dari akuntansi manajemen, akuntansi produksi, sumber daya manusia, keuangan dan lain-lain sehingga tergantung kepada fungsi bisnis di dalam organisasi perusahaan (Rahmansyah & Darwis, 2020). Sistem informasi ini membantu pelaku UMKM dalam mencatat dan melaporkan transaksi keuangan dengan lebih akurat. Hal ini sangat penting untuk pengambilan keputusan yang tepat. Widianto dan Darmawan (2021) menekankan bahwa penerapan sistem informasi akuntansi yang efektif dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan UMKM.

Dalam kenyataannya, kebanyakan pengusaha kecil di Indonesia tidak

menyelenggarakan dan menggunakan informasi akuntansi dalam pengelolaan usahanya. Pengusaha kecil memandang bahwa proses akuntansi tidak terlalu penting untuk diterapkan (Herdiyanti & Assery, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Khoirina Farina dan Sri Opti (2022) menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM (Farina & Opti, 2023). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Dwi Nurvarina (2024) menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap perkembangan UMKM. Selain Sistem Informasi Akuntansi, literasi keuangan juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM.

Literasi keuangan merupakan aspek penting lainnya yang memengaruhi pengembangan UMKM. Pengetahuan tentang pengelolaan keuangan, investasi, dan perencanaan keuangan dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola sumber daya. Agustina dan Rahmawati (2021) mencatat bahwa pelaku UMKM yang memiliki literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mampu mengelola risiko dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar. Peningkatan literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM dapat membantu mereka dalam mengambil keputusan yang lebih baik. Menurut Kurniawan dan Hadi (2021), literasi keuangan yang baik dapat mengurangi ketidakpastian dalam pengelolaan keuangan dan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM untuk berinvestasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Zarliani Uli, Bakti Utomo (2024) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perkembangan UMKM (Adolph, 2024). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Irin Fitria

dan Fransiska Soejono, M. J. Tyra (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perkembangan UMKM (Fitria et al., 2021).

Fenomena dalam penelitian ini adalah kurangnya penerapan *marketplace*, sistem informasi akuntansi, dan literasi keuangan di kalangan pengrajin tas anyaman di Desa Prajegan, dalam hal ini membuka peluang untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Selain itu sumber daya manusia yang ada, belum cukup memadai sehingga kurang pemahamannya tentang pemanfaatan *marketplace*, Pemahaman sistem informasi akuntansi dan literasi keuangan yang menyebabkan kurang berkembangnya produk UMKM yang mereka jalankan.(Joko, 2024). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pemanfaatan *marketplace*, pemahaman sistem informasi akuntansi dan literasi keuangan terhadap pengembangan UMKM, khususnya produk tas anyaman.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang tantangan yang dihadapi para pengrajin tas anyaman dalam penerapan ketiga aspek tersebut serta rekomendasi untuk meningkatkan penerapan yang lebih baik di masa depan. Mengatasi tantangan yang ada memerlukan pendekatan yang komprehensif, termasuk peningkatan akses ke pendidikan dan pelatihan, serta dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait dalam memfasilitasi penerapan teknologi dan sistem informasi di kalangan pelaku UMKM. Dengan demikian, penelitian ini berperan penting dalam memberikan rekomendasi kebijakan yang dapat membantu pelaku UMKM di Desa Prajegan untuk mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **PERSEPSI PEMANFAATAN MARKETPLACE,**

**PEMAHAMAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DAN LITERASI
KEUANGAN TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM (STUDI PADA
PENGRAJIN TAS ANYAMAN DI DESA PRAJEGAN)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana persepsi pemanfaatan marketplace terhadap pengembangan UMKM pada pengrajin tas anyaman di Desa Prajegan?
2. Bagaimana persepsi pemahaman sistem informasi akuntansi terhadap pengembangan UMKM pada pengrajin tas anyaman di Desa Prajegan?
3. Bagaimana persepsi literasi keuangan terhadap pengembangan UMKM pada pengrajin tas anyaman di Desa Prajegan?
4. Bagaimana persepsi pemanfaatan marketplace, pemahaman sistem informasi akuntansi dan literasi keuangan terhadap pengembangan UMKM pada pengrajin tas anyaman di Desa Prajegan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi pemanfaatan marketplace terhadap pengembangan UMKM pada pengrajin tas anyaman di Desa Prajegan
2. Untuk mengetahui persepsi pemahaman sistem informasi akuntansi terhadap pengembangan UMKM pada pengrajin tas anyaman di Desa Prajegan
3. Untuk mengetahui PERSEPSI literasi keuangan terhadap pengembangan

UMKM pada pengrajin tas anyaman di Desa Prajegan

4. Untuk mengetahui persepsi pemanfaatan marketplace, pemahaman sistem informasi akuntansi dan literasi keuangan terhadap pengembangan UMKM pada pengrajin tas anyaman di Desa Prajegan anyaman di Desa Prajegan

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi pengrajin

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengrajin tas anyaman dalam meningkatkan kinerja umkm.

2. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan sebagai bentuk pengaplikasian ilmu yang telah dipelajari dan diperoleh selama perkuliahan.

3. Manfaat bagi Universitas

Dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk peneliti selanjutnya dan bisa menambah referensi untuk perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo.