

PENGARUH MODAL, PENGETAHUAN AKUNTANSI, DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KERAJINAN GENTING KABUPATEN KEBUMEN

M. Ziky Azhar^{1*}, Hijroh Rokhayati²

¹Jurusan Akuntansi, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

²Jurusan Akuntansi, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

Email: zikyazhar@gmail.com¹, hijroh.akt@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal, pengetahuan akuntansi, dan digital marketing terhadap kinerja usaha mikro pada kerajinan genting di Kabupaten Kebumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dengan penentuan sampel menggunakan metode convenience sampling. Data diperoleh dari hasil pengisian kuisioner. Jumlah responden yang didapat adalah 65 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) modal berpengaruh positif terhadap kinerja usaha mikro; (2) pengetahuan akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro; (3) digital marketing berpengaruh positif terhadap kinerja usaha mikro pada kerajinan genting di Kabupaten Kebumen. Implikasi dari penelitian adalah modal dan digital marketing sangat menentukan kinerja usaha mikro. Beberapa solusi yang mungkin bisa dilakukan antara lain dengan terus memperkuat struktur modal usahanya ke arah yang lebih efisien melalui kombinasi yang tepat antara jumlah modal sendiri dengan jumlah modal pinjaman yang digunakan dalam operasi usahanya, terus berupaya untuk memanfaatkan modal tambahan secara lebih efektif, serta melakukan kerja sama dengan lembaga keuangan yang kredibel dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan modal. Selain itu, para pelaku usaha mikro pada kerajinan genting di Kabupaten Kebumen juga perlu terus berupaya untuk menerapkan strategi pemasaran digital (digital marketing) secara tepat agar dapat memperluas pangsa pasar serta meningkatkan efisiensi biaya promosi dan waktu transaksi dengan para pelanggannya.

Kata Kunci: Modal, Pengetahuan Akuntansi, Digital Marketing, Kinerja Usaha Mikro.

JEL Code : D24, M41, M31, L25

Abstract

This research aims to analyze the influence of capital, accounting knowledge, and digital marketing on the micro business performance of roof tile crafts in Kebumen Regency. The sampling technique used simple random sampling with the convenience sampling method determining the sample. Data was obtained from the results of filling out the questionnaire. The number of respondents obtained was 65 respondents. The data analysis technique used in the research is multiple linear regression analysis. The research results show that: (1) capital has a positive effect on the micro business performance; (2) accounting knowledge has no effect on the micro business performance; (3) digital marketing has a positive effect on the micro business performance of roof tile crafts in Kebumen Regency. The implication of the research is that capital and digital marketing greatly determine the micro business performance. Some possible solutions include continuing to strengthen its business capital structure more efficiently through the right combination between the amount of own capital and the amount of loan capital used in the business operations. Continue to strive to utilize the additional capital more effectively and collaborate with credible financial institutions in order to meet their business capital needs. Additionally, micro-business actors in the tile craft in Kebumen

Regency also need to implement digital marketing strategies appropriately in order to expand market share as well as increase the efficiency of promotional costs and transaction time with their customers.

Keywords: Capital, Accounting Knowledge, Digital Marketing, Micro Business Performance. JEL Code: D24, M41, M31, L25

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah pilar vital bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia, dan harus didorong untuk naik kelas, berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian, dan menyerap lebih banyak tenaga kerja. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Mikro didefinisikan sebagai usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang (Kementerian Keuangan RI, 2023).

UMKM menjalankan peran yang cukup vital bagi perekonomian karena dapat memperluas dan menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan nilai ekspor nasional, dan berkontribusi terhadap produksi PDB. Sektor UMKM berkontribusi sebesar 61% kepada PDB, atau senilai Rp 9.580 triliun, dan UMKM menyerap 97% tenaga kerja yang tersedia. Sesuai data Kementerian Koperasi dan UKM, NKRI mempunyai 65,5 juta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang meliputi 99% seluruh unit usaha (Ekon.go.id, 2023). Usaha mikro menjadi yang paling dominan dalam struktur UMKM. Ketentuan untuk UMKM diuraikan dalam Pasal 35 hingga 36 Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021. Menurut pasal tersebut, UMKM dikategorikan menurut modal hasil penjualan tahunan. Data tentang jumlah UMKM di berbagai kabupaten di Jawa Tengah disajikan berikut ini:

Tabel 1. Jumlah UMKM di Kabupaten Cilacap, Purbalingga, Banjarnegara, Banyumas, dan Kebumen (BARLINGMASCAKEB)

No.	Kabupaten	Jumlah UMKM
1.	Cilacap	2.109
2.	Purbalingga	2.603
3.	Banjarnegara	2.868
4.	Banyumas	8.557
5.	Kebumen	11.992

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah 2023

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah 2023

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menerima lebih banyak perhatian oleh pemerintah. Saat ini, pemerintah sudah menjadikan UMKM sebagai salah satu target pertumbuhan ekonomi. Sebagai hasilnya, pemerintah mulai melakukan langkah-langkah untuk memajukan UMKM. Salah satunya adalah kebijakan pemerintah tentang perizinan dan hambatan birokrasi, yang dituangkan dalam Peraturan Presiden No. 98 Tahun 2014 tentang Perizinan Usaha Mikro dan Kecil. Kehadiran izin Usaha Mikro dan Kecil diharapkan dapat memberikan kepastian dan perlindungan bagi pelaku UMKM dalam menjalankan usaha di lokasi yang telah ditetapkan. Tidak hanya itu, UMKM juga memperoleh pembinaan dalam pengembangan usaha, mudahnya akses pembiayaan dari bank dan lembaga keuangan non-bank, serta memperoleh kemudahan dalam pemberdayaan dari pemerintah pusat, pemerintah daerah, maupun lembaga lainnya (Presiden Republik Indonesia 2004).

Salah satu manfaat dari adanya UMKM yaitu sebagai pembuka lapangan pekerjaan dan sebagai pendorong perekonomian masyarakat, tentu harusnya dapat benar-benar menjadi solusi alternatif dari sebuah permasalahan ekonomi, pengangguran, dan pengentasan kemiskinan. Berdasarkan data diatas, Kabupaten Kebumen mempunyai jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tertinggi dengan Kabupaten sekitarnya, namun pada kenyataannya, Kabupaten Kebumen memiliki jumlah indeks kemiskinan yang sangat tinggi dan salah satu yang tertinggi di Provinsi Jawa Tengah (BPS Provinsi Jawa Tengah 2023). Berikut sajian data kemiskinan dari BPS Provinsi Jawa Tengah:

Tabel 2. Persentase Penduduk Miskin di Kabupaten Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, Cilacap, dan Kebumen

Peringkat	Kabupaten	Persentase Penduduk Miskin
21	Cilacap	10,99 %
27	Banyumas	12,53 %
30	Banjarnegara	14,9 %
31	Purbalingga	14,99 %
35	Kebumen	16,34 %

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah 2023

Fenomena yang terjadi di Kabupaten Kebumen ini terbilang cukup unik dikarenakan jumlah UMKM yang ada di Kebumen merupakan salah satu yang terbanyak di Provinsi Jawa Tengah dan pada kenyataannya Kebumen menjadi salah satu yang termiskin dengan indeks kemiskinan tertinggi di Provinsi Jawa Tengah. UMKM yang ada seharusnya harusnya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat jika pelaksanaannya dan penerapannya dilakukan dengan baik dan benar. Perekonomian Kabupaten Kebumen ditopang oleh beragam bidang Usaha Mikro yang sedang menuju kemandirian. Sejumlah pelaku usaha mikro di Kebumen terus bermunculan dengan adanya pembinaan yang berkesinambungan dari pemerintah. Salah satu usaha mikro yang ada di Kebumen adalah sektor kerajinan genting. Genting yang berasal dari Kebumen sudah cukup terkenal di seluruh wilayah Jawa dan sudah ada sejak tahun 1920an.

Kondisi usaha mikro kerajinan genting di Kabupaten Kebumen kini sedang dalam tahap yang cukup sulit. Perajin genting memiliki beberapa masalah yang masih belum dituntaskan seperti inefisiensi dalam hal produksi dikarenakan masih menggunakan metode tradisional. Masalah lain seperti ketersediaan stok tanah yang akan habis untuk membuat genting juga suatu saat cukup menghantui para perajin genting di Kabupaten Kebumen. Oleh karena itu pemerintah memberikan beberapa peraturan tentang batasan-batasan penggalian yang diperbolehkan bagi para perajin genting di Kabupaten Kebumen. Para perajin genting juga meminta pemerintah untuk meningkatkan fasilitas dan juga teknologi yang akan berpengaruh dalam pembuatan genting di Kabupaten Kebumen.

Menurut Widagdo et al., (2019) salah satu alasan utama meningkatnya jumlah UMKM adalah jumlah penduduk usia produktif yang lebih banyak daripada lapangan pekerjaan yang tersedia. Hal ini mendorong generasi muda untuk bergabung dengan sektor UMKM dan menciptakan lapangan kerja sendiri. Akibatnya, kinerja UMKM harus diprioritaskan untuk kelangsungan hidup dan kelangsungan usaha dalam jangka panjang. UMKM yang sudah berjalan cukup lama dianggap belum mampu memberikan kontribusi yang menguntungkan bagi pelaku usaha. Kinerja usaha merupakan ukuran keberhasilan perusahaan berdasarkan seluruh aktivitas produksi dan pemasarannya. Kinerja usaha dapat didefinisikan sebagai istilah yang mengukur kinerja pasar dari suatu perusahaan. Hal

ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sembiring & Harahap (2022) menyatakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, penelitian oleh Setiawati et al., (2021) pengetahuan akuntansi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM, dan penelitian oleh Padli (2022) menyatakan bahwa digital marketing berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM.

Widagdo et al., (2019) mengidentifikasi dua elemen utama yang menentukan kinerja bisnis yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Elemen internal meliputi sumber daya manusia, uang, teknis produksi, dan pemasaran. Sementara itu, eksternalnya meliputi kebijakan pemerintah, sosial, ekonomi, dan budaya, serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan UMKM. Penelitian ini difokuskan pada faktor internal yang menjadi pengaruh kinerja usaha mikro yaitu modal, pengetahuan akuntansi, dan digital marketing.

Penelitian ini menggunakan teori Resource Based View (RBV) yang dipelopori oleh Wernerfelt pada tahun 1984. Sumber daya menjadi faktor penting dalam keberlangsungan operasional perusahaan. Menurut Wernerfelt (1984) teori RBV menjelaskan mengenai keberlanjutan suatu perusahaan berkaitan dengan sumber daya berwujud (*tangible assets*) dan tidak berwujud (*intangible assets*). Teori RBV menekankan pentingnya sumber daya karena kinerja perusahaan dapat diukur dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Pada penelitian ini, sumber daya berwujud yang dipakai untuk meningkatkan kinerja perusahaan antara lain adalah modal, serta sumber daya tidak berwujud seperti pengetahuan akuntansi dan digital marketing. Sumber daya berwujud meliputi aset keuangan, fisik, teknologi, dan organisasi. Sumber daya keuangan ini mencakup kapasitas pinjaman perusahaan dan kemampuannya untuk menciptakan dana secara internal ketika menghitung kapasitas investasinya. Kemudian, sumber daya fisik membatasi berbagai pilihan manufaktur perusahaan yang mempengaruhi struktur biaya perusahaan (Widagdo et al., 2019).

Aset non-moneter yang dapat diidentifikasi namun tidak memiliki bentuk fisik dikenal sebagai sumber daya tidak berwujud. Di antara banyak karakteristik aset tak berwujud adalah tidak adanya bentuk fisik, tidak dapat dilacak, dan tidak dapat dikontrol. Aset tak berwujud yang sudah lama dimiliki adalah aset yang sangat penting bagi operasi perusahaan tetapi tidak memiliki bentuk fisik dan tidak dapat dijual. Sumber daya tidak berwujud memiliki tiga komponen yaitu human capital, structural capital, dan relational capital (Widagdo et al., 2019). Variabel pengetahuan akuntansi termasuk dalam elemen human capital dan digital marketing termasuk dalam elemen relational capital.

Modal menjadi sumber daya berwujud (*tangible assets*) berdasarkan teori *Resource Based View* (RBV). Modal dapat diperoleh melalui dana pribadi, bantuan pemerintah dan lembaga keuangan (Sembiring dan Harahap 2022). Sumber daya keuangan yang digunakan untuk menciptakan lebih banyak hal disebut sebagai modal. Sebuah usaha tidak sangatlah membutuhkan uang untuk menjalankan semua operasinya, termasuk pinjaman dan keuangan pribadi. Modal, atau pendanaan, adalah komponen penting bagi semua organisasi, terlepas dari ukurannya, karena dapat meningkatkan dan mengembangkan kinerja perusahaan. (Ferdiansyah dan Bukhari 2021).

Menurut Maghfiroh & Fitrijati (2023), modal merupakan bagian dari hak perusahaan dan merupakan selisih antara modal dengan hutang yang ada. Modal perusahaan sering kali berasal dari laba operasional yang tidak dibagikan dan investasi pemilik. Biasanya, kerugian, pembayaran dividen, dan penarikan pemegang saham mengakibatkan modal perusahaan berkurang. Modal adalah pertimbangan utama saat memulai dan mempertahankan bisnis. Pinjaman dan tabungan pribadi adalah dua sumber

modal. Tidak terpengaruh oleh sumber pendanaan lain, mayoritas usaha mikro masih mengandalkan dana mereka sendiri. Meskipun hal ini dapat menghambat pertumbuhan perusahaan mereka, namun diantisipasi bahwa operasi bisnis akan meningkat sebagai hasil dari peningkatan sumber daya yang dapat diakses untuk usaha produktif yang dihasilkan oleh dana pinjaman atau sumber pendanaan lainnya. Bahkan saat ini, banyak pemilik usaha mikro yang masih berpikir tentang bahaya menggunakan dana selain dari dana mereka sendiri. Sebuah perusahaan dianggap berkembang ketika pendapatan dan volume produksinya meningkat. Tentunya dengan uang yang terbatas, pelaku usaha mikro akan kesulitan untuk meningkatkan produksi, dan potensi keuntungan akan berkurang secara signifikan.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Aulia & Hidayat (2021), Ferdiansyah & Bukhari (2021), Lorenza & Harahap (2022), Sembiring & Harahap (2022) menyatakan bahwa modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Namun pada penelitian Kurniawati (2022) tidak menunjukkan adanya pengaruh modal terhadap kinerja UMKM. Dengan modal awal yang besar dan kemudahan dalam meminjam modal, perusahaan akan dapat memenuhi kebutuhan bisnisnya dan meningkatkan pendapatan, semakin banyak pendapatan yang diterima, semakin baik kinerja usaha tersebut. Modal yang besar juga akan meningkatkan kinerja perusahaan, sebaliknya kinerja perusahaan akan menurun jika modal yang terkumpul tidak mencukupi. (Trisnawati et al., 2019).

Menurut Zayed & Sinha (2019) pelaku UMKM harus memahami teknik pengelolaan modal yang tercakup dalam ilmu akuntansi. Keahlian akuntansi ini dapat dilihat dari bagaimana pelaku usaha menangani keuangan mereka, sehingga pengambilan keputusan sering kali melibatkan evaluasi laporan yang ada. Menurut Abdillah et al., (2019) sebagian besar UMKM tidak memiliki sistem pelaporan yang komprehensif seperti perusahaan besar. Pelaporan biasanya dilakukan hanya dengan pengetahuan pelaku UMKM. Semakin kuat pemahaman akuntansi, semakin akurat informasi yang tersedia bagi pelaku UMKM, sehingga memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih tepat. Keputusan yang akurat akan meningkatkan kinerja dan efisiensi perusahaan.

Menurut Alimbudiono (2020) Pengetahuan akuntansi yang dimiliki oleh pelaku bisnis berfungsi sebagai landasan dalam pengambilan keputusan. Pengetahuan akuntansi diperlukan untuk mencapai kinerja yang profesional. Semakin baik pengetahuan akuntansi yang mempengaruhi kinerja UMKM, maka semakin baik pula kinerja usaha tersebut. Pengetahuan akuntansi mengacu pada pemahaman konseptual dan kemampuan seseorang dalam menyampaikan informasi akuntansi kepada para pemangku kepentingan. Pengetahuan akuntansi menjadi sumber daya tidak berwujud (*intangible assets*) berdasarkan teori Resource Based View (RBV) yang dapat dikendalikan sehingga dapat untuk mendukung berjalannya usaha untuk mendorong pertumbuhan kinerja bagi UMKM. Hasil penelitian Susanti et al., (2023) menyatakan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini berarti akuntansi dapat merepresentasikan kinerja keuangan UMKM. Manajer UMKM harus memiliki kemampuan akuntansi agar dapat menangkap informasi penting yang dapat digunakan untuk memandu pengambilan keputusan di masa depan, sehingga dapat meningkatkan kinerja UMKM. Penelitian dari Lestari & Rustiana (2019), Abdillah et al., (2019), Setiawati et al, (2021) juga menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Namun, penelitian oleh Prasetyo & Farida (2022) tidak menunjukkan adanya pengaruh pengetahuan akuntansi terhadap kinerja UMKM.

Menurut penelitian Frans Sudirjo et al., (2023) UMKM dapat menggunakan digitalisasi dalam kegiatan pemasaran mereka untuk meningkatkan branding produk sekaligus menurunkan biaya pemasaran tersembunyi. Dalam hal bisnis, pelaku UMKM selalu memiliki pasar yang terbatas. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman akan teknologi, yang membuat mereka tidak dapat menjalankan bisnisnya dengan baik. Pelaku UMKM seharusnya dapat memanfaatkan teknologi yang mereka miliki dengan sebaik-baiknya, sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan berkolaborasi melalui e-commerce. Manfaat dari mengadopsi teknologi adalah mereka dapat terhubung dengan orang lain untuk berbagi informasi dan berpartisipasi dalam bisnis mereka. Perkembangan teknologi dan komunikasi yang pesat telah menghasilkan banyak kemudahan, termasuk adanya digital marketing.

Menurut Hussain et al., (2020) Pelaku UMKM juga harus memahami keberadaan pasar elektronik atau e-commerce agar dapat maju dan mengembangkan bisnis mereka. E-commerce dipandang sebagai platform untuk berkomunikasi dengan mitra bisnis lainnya, yang mengarah pada operasional perusahaan. Kehadiran pemasaran digital dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dengan memperkenalkan layanan, saham, dan model bisnis baru, serta memperluas bisnis agar dapat bersaing di pasar global. Adopsi pemasaran digital akan berdampak pada kinerja karena dapat membantu pertumbuhan pendapatan. Fakta-fakta ini menunjukkan bahwa manusia kini hidup di dunia internet, dan semua tindakan manusia berkaitan erat dengan internet dan aktivitas online. Lebih jauh lagi, jejaring sosial telah menjadi rumah yang nyaman bagi manusia, dan hampir semua hal dapat dilakukan melalui media sosial. Pendekatan Resource Based View (RBV) mengklasifikasikan pemasaran digital sebagai aset tak berwujud. Pemasaran digital adalah cara alternatif bagi perusahaan untuk memasarkan produknya untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan mengembangkan bisnisnya.

Hasil penelitian oleh Huda & Munandar (2021) menunjukkan bahwa digital marketing memberikan dampak atau pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Penelitian atau riset yang dikerjakan oleh Frans Sudirjo et al., (2023), Marjukah et al., (2021), Padli (2022) juga menunjukkan bahwa digital marketing memberikan dampak atau pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Namun pada penelitian Suhargo et al., (2022) dan Althafa et al., (2023) membuktikan digital marketing tidak memberikan dampak atau pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), tetapi digital marketing dianggap sebagai salah satu alternatif pemasaran yang bisa digunakan.

Research gap dari penelitian ini adalah mengkaji ulang kinerja usaha mikro. Penelitian ini mereplikasi riset dari Sembiring dan Harahap (2022) dengan mengganti variabel potensi pasar ke variabel pengetahuan akuntansi dan digital marketing. Unit analisis yang dituju juga berbeda dengan penelitian sebelumnya, yaitu pada sektor kerajinan genteng. Tempat penelitian yang dilakukan berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini akan dilaksanakan di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Berdasarkan hasil teori dan penelitian sebelumnya yang belum konklusif, maka penelitian ini menganalisis pengaruh modal, pengetahuan akuntansi, dan digital marketing terhadap kinerja usaha mikro pada kerajinan genteng Kabupaten Kebumen.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori Resource Based View (RBV) oleh Wernerfelt (1984) menyatakan bahwa keberlanjutan perusahaan terkait dengan sumber daya berwujud dan tidak berwujud. Teori RBV menyoroti pentingnya sumber daya karena kinerja perusahaan dapat dinilai dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki organisasi. RBV dikhususkan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. (Schoemaker 1993). Menurut teori RBV, sumber daya dan bakat perusahaan yang berharga, unik, langka, dan tak tergantikan akan menciptakan keunggulan kompetitif jangka panjang (Barney 1991). Kemampuan perusahaan untuk mengembangkan atau mendapatkan sumber daya ini akan berdampak pada kinerja dan daya saingnya. Sebuah perusahaan dianggap memiliki kemampuan kompetitif jika menggunakan strategi penciptaan nilai yang unik dibandingkan dengan saingannya saat ini atau calon saingannya. Sebuah perusahaan dianggap memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan atau jangka panjang jika menggunakan taktik penciptaan nilai yang eksklusif bagi para pesaingnya saat ini atau calon pesaingnya dan tidak dapat ditiru oleh perusahaan lain (Widagdo et al., 2019).

Definisi UMKM menurut Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pasal 35 hingga pasal 36, kriteria Usaha Mikro yaitu memiliki modal usaha tidak lebih sama dengan dari Rp1.000.000.000 (satu miliar rupiah) di luar tanah dan bangunan tempat usaha, memiliki hasil penjualan tahunan tidak lebih sama dengan Rp2.000.000.000 (dua miliar rupiah). Usaha skala mikro memiliki peranan yang penting dalam perekonomian negara, karena usaha mikro berkontribusi dalam penyerapan tenaga kerja serta pengurangan jumlah pengangguran.

Pengaruh Modal terhadap Kinerja Usaha Mikro

Menurut Ferdiansyah & Bukhari (2021) modal adalah kumpulan uang atau aset yang menjadi dasar untuk melakukan aktivitas. Modal adalah dana utama yang dipakai pada transaksi, membebaskan mata uang dan aset lainnya seperti uang, produk, dan lainnya yang dapat digunakan untuk mengembangkan barang yang menghasilkan kekayaan (Aulia dan Hidayat 2021). Sesuai dengan pengertiannya, modal merupakan uang yang dipakai untuk melaksanakan operasi komersial, sehingga sangat penting dalam sebuah perusahaan.

Berdasarkan teori *Resource Based View*, Wernerfelt (1984) keberlanjutan sebuah perusahaan terkait dengan sumber daya berwujud dan sumber daya tidak berwujud. Oleh karena itu, modal diklasifikasikan sebagai sumber daya berwujud. Modal adalah sumber daya yang penting untuk operasi perusahaan. Sumber daya berwujud adalah sumber daya yang dapat dilihat dan sering dicatat dalam catatan perusahaan. Modal adalah pertimbangan utama ketika memulai dan mempertahankan perusahaan. Modal dapat diperoleh dari dana pribadi dan dana pinjaman. Modal bagi pelaku UMKM menjadi tantangan yang berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha dan kinerja UMKM. UMKM masih banyak yang belum tersentuh oleh lembaga keuangan atau bank, meskipun beban dan risikonya cukup besar, banyak UMKM yang juga memulai usaha melalui jalur lembaga keuangan mikro (Widagdo et al., 2019).

Penelitian oleh Ferdiansyah & Bukhari (2021) menemukan bahwa modal memiliki pengaruh yang baik terhadap keberhasilan perusahaan. Hal ini mengimplikasikan bahwa

ketika modal perusahaan meningkat, maka kinerja bisnis juga meningkat. UMKM membutuhkan tingkat modal usaha tertentu untuk memulai atau menjalankan operasinya. Modal yang dimaksud adalah uang yang mendukung sektor bisnis dan memungkinkan untuk mengakses dana dengan mudah saat mengoperasikan perusahaan. Semakin banyak uang yang digunakan dan semakin mudah untuk mendapatkan modal, semakin besar pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Sebaliknya, kekurangan uang tunai akan menyebabkan penurunan kinerja perusahaan. Jika perusahaan memiliki uang, maka perusahaan akan dapat memenuhi semua permintaan komersialnya dan meningkatkan keuntungannya. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Aulia & Hidayat (2021) Lorenza & Harahap (2022), Sembiring & Harahap (2022) yang menyatakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pertama dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Modal berpengaruh positif terhadap kinerja Usaha

Pengaruh Pengetahuan Akuntansi terhadap Kinerja Usaha

Pengetahuan akuntansi adalah kumpulan pengetahuan mengenai sistem informasi yang menyediakan pelaporan keuangan atas aktivitas ekonomi dan status perusahaan bagi para pemangku kepentingan (Lestari dan Rustiana 2019). Pengetahuan akuntansi juga dapat dicirikan sebagai pemahaman sistematis dalam mendokumentasikan, mengkategorikan, dan meringkas transaksi dan kejadian keuangan secara efisien dalam unit moneter, serta menilai hasil proses secara kuantitatif. Informasi yang digunakan untuk membuat pilihan ekonomi dengan membandingkan pilihan-pilihan yang tersedia. Pengetahuan akuntansi yang dimiliki oleh individu bisnis menawarkan beberapa keuntungan dalam pemanfaatan informasi akuntansi. Keahlian akuntansi yang rendah dapat menyebabkan kegagalan manajemen dan kinerja perusahaan, sehingga menyulitkan pelaku bisnis untuk memilih kebijakan yang akan diterapkan (Prasetyo dan Farida 2022).

Berdasarkan teori *Resource Based View*, Wernerfelt (1984) keberlanjutan perusahaan terkait dengan sumber daya berwujud dan sumber daya tidak berwujud. Oleh karena itu, pengetahuan akuntansi diklasifikasikan sebagai aset tidak berwujud. Bakat karyawan adalah contoh sumber daya tidak berwujud dalam akuntansi. Pengetahuan akuntansi dapat ditangani sehingga dapat membantu UMKM mengoperasikan bisnis mereka lebih efektif dan meningkatkan kinerja mereka. Pengetahuan akuntansi merupakan salah satu aspek sumber daya tidak berwujud, yaitu human capital. Human capital sering dicirikan sebagai aset yang menekankan pada keterampilan, pengetahuan, bakat, kemampuan, dan pengalaman individu dalam menjalankan operasi pekerjaan. Menurut Widagdo et al., (2019) salah satu tantangan UMKM adalah pembukuan yang masih manual, seperti menghitung omzet, laba kotor, dan laba bersih, yang sulit dilakukan dan seringkali menghambat UMKM dalam mengembangkan dan menumbuhkan usahanya, sehingga pengetahuan akuntansi menjadi hal yang penting dalam kelangsungan usaha UMKM.

Hasil penelitian Susanti et al., (2023) menemukan bahwa pengetahuan akuntansi memiliki dampak yang menguntungkan dan substansial terhadap keberhasilan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi memiliki nilai positif, secara spesifik bahwa pengetahuan akuntansi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja usaha, sehingga semakin baik pengetahuan akuntansi maka semakin baik pula kinerjanya, sebaliknya semakin rendah tingkat pengetahuan akuntansi yang dimiliki seseorang maka semakin rendah pula tingkat kegagalan usahanya. Pengetahuan adalah pemahaman yang jelas tentang kebenaran atau informasi mengenai proses pendokumentasian, penggolongan, dan pengikhtisaran kejadian-kejadian ekonomi dengan cara yang teratur

dan logis, dengan tujuan untuk menyediakan informasi keuangan yang diperlukan untuk pengambilan keputusan.

Menurut Adela et al., (2024) pengetahuan akuntansi memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola sumber daya secara lebih efektif dan menggunakan informasi keuangan secara lebih tepat, sehingga menghasilkan peningkatan kinerja dan perkembangan perusahaan. Sebagian besar pemilik usaha kesulitan untuk memilih sistem akuntansi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan mereka karena dibutuhkan biaya yang tidak sedikit untuk membangun dan memelihara sistem akuntansi yang lengkap untuk perusahaan mereka, sehingga pengeluaran tidak dapat disesuaikan. Penelitian ini juga menemukan bahwa pengetahuan akuntansi meningkatkan efektivitas perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Lestari & Rustiana (2019), Abdillah et al., (2019), Setiawati et al., (2021) yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis kedua dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H2 : Pengetahuan akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja usaha

Pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja Usaha

Menurut Althafa et al., (2023) digital marketing merupakan strategi pemasaran yang menggunakan media digital, data, dan teknologi. Perusahaan menggunakan pemasaran digital untuk menjual barang atau jasa mereka, memperluas pasar, meningkatkan pengenalan merek, meningkatkan penjualan, dan membangun loyalitas konsumen. digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang memanfaatkan internet dan teknologi untuk mengembangkan dan memperkuat kegiatan pemasaran konvensional (Marjukah et al., 2021).

Berdasarkan teori *Resource Based View*, Wernerfelt (1984) keberlanjutan perusahaan terkait dengan sumber daya berwujud dan tidak berwujud. Hasilnya, pemasaran digital termasuk dalam kategori aset tidak berwujud. Dalam pemasaran digital, sumber daya tidak berwujud mengacu pada proses yang terjadi dalam bisnis tetapi tidak berbentuk fisik dan sulit untuk dimasukkan ke dalam pembukuan perusahaan. Pemasaran digital adalah cara alternatif bagi perusahaan untuk menjual barangnya agar mendapatkan keunggulan kompetitif dan mengembangkan bisnis mereka. Pemasaran digital diklasifikasikan sebagai sumber daya tidak berwujud, yaitu relational capital. Relational capital didefinisikan sebagai hubungan yang dapat diciptakan oleh perusahaan dengan pihak lain, terutama konsumen. Distribusi produk yang sangat terbatas untuk pemasaran online atau digital masih menjadi rintangan bagi UMKM saat ini. Menurut Widagdo et al., (2019) kurangnya keahlian untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi internet yang dihadapi oleh UMKM masih menjadi tantangan dan isu yang harus diatasi oleh generasi muda.

Pemasaran dengan menggunakan digital marketing ini akan memperluas pasar, yang menghasilkan peningkatan jumlah konsumen, pengenalan merek, dan loyalitas. Ketika jumlah klien meningkat, begitu pula jumlah barang yang terjual, sehingga meningkatkan kesuksesan perusahaan (Althafa, Farida, dan Suparlinah 2023). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang diteliti oleh Frans Sudirjo et al., (2023), Padli (2022), Huda & Munandar (2021), Marjukah et al., (2021) yang menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H3 : Digital Marketing berpengaruh positif terhadap kinerja Usaha

METODE PENELITIAN

Jenis dan Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif kausalitas. Penelitian ini tergolong ke dalam penelitian kuantitatif kausalitas karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh modal, pengetahuan akuntansi, dan digital marketing terhadap kinerja usaha mikro, dan menggunakan metode survei untuk memperoleh data. Objek penelitian ini adalah variabel modal, pengetahuan akuntansi, digital marketing, dan kinerja usaha mikro pada kerajinan genting di Kabupaten Kebumen.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik ini melibatkan pengumpulan informasi mengenai tujuan dari sebuah penelitian. Ada beberapa bentuk strategi pengumpulan data, dengan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini. Ketika melakukan penelitian deskriptif, kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang cukup baik ketika penelitian bersifat deskriptif (Sekaran dan Bougie 2019). Kuesioner dimaksudkan untuk menangkap sejumlah besar informasi kuantitatif. Kuesioner berbentuk daftar pertanyaan tertulis yang telah disiapkan sebelumnya dan responden mencatat jawabannya, yang sering kali dilengkapi dengan pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden untuk memilih opsi jawaban alternatif secara langsung.

Kuesioner dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert. Skala likert mengukur seberapa besar responden setuju dengan pernyataan (Sekaran dan Bougie 2017). Variabel-variabel dalam penelitian ini diberi bobot dengan menggunakan rentang sebagai berikut:

- SS : Sangat setuju diberi skor (5)
- S : Setuju diberi skor (4)
- KS : Kurang setuju diberi skor (3)
- TS : Tidak setuju diberi skor (2)
- STS : Sangat tidak setuju diberi skor (1)

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha mikro yang memproduksi genting di Kabupaten Kebumen, sedangkan sampel penelitian ini terdiri dari beberapa pelaku usaha mikro di Kabupaten Kebumen yang merupakan perajin genting. Menurut Hair Jr et al. (2010) jika jumlah sampel kurang dari 50 maka analisis variabel tidak dapat dilakukan, dan disarankan jumlah sampel 100 atau lebih. Pedoman umumnya adalah jumlah minimal 5 kali jumlah indikator variabel, dan maksimal 10 kali jumlah variabel yang akan dianalisis dan diteliti. Jumlah sampel minimal penelitian ini adalah $5 \times 13 = 65$, dan jumlah maksimal sampel pada penelitian ini adalah $10 \times 13 = 130$.

Teknik *probability sampling* digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2019) *probability sampling* merupakan sebuah teknik pengambilan sampel yang dalam pelaksanaannya setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama menjadi anggota sampel. Penelitian ini juga menggunakan teknik simple random sampling, yaitu teknik pengambilan anggota sampel secara acak tanpa melihat adanya strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2019). Penelitian ini juga menggunakan metode convenience sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kemudahan, kemudahan ini berupa responden yang dipilih karena kebetulan berada di tempat yang tepat pada waktu yang tepat serta responden bersedia dalam mengisi kuesioner (Sugiyono, 2019).

Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

Kinerja usaha didefinisikan oleh Kurniawati (2022) sebagai keseluruhan hasil kerja seseorang selama periode tertentu dalam menyelesaikan tugas tertentu dalam suatu penugasan, seperti standar hasil kerja, sasaran, atau tujuan yang telah ditentukan dan telah disepakati bersama. Variabel kinerja usaha dinilai menggunakan 3 indikator pernyataan yang diturunkan dari penelitian yang dilakukan oleh Siswanti (2020), yaitu pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan pertumbuhan keuntungan.

Modal didefinisikan oleh Ferdiansyah & Bukhari (2021) sebagai kumpulan sumber daya keuangan atau aset yang digunakan sebagai landasan untuk melakukan operasi. Modal adalah faktor penting dalam proses produksi, karena pengusaha membutuhkannya untuk mendirikan perusahaan baru atau memperluas bisnis yang sudah ada. Variabel modal dinilai dengan menggunakan 4 indikator yang diturunkan dari penelitian Ferdiansyah & Bukhari (2021), yaitu struktur permodalan, pemanfaatan modal tambahan, hambatan dalam mengakses modal eksternal, dan keadaan usaha setelah menanamkan modal.

Pengetahuan akuntansi didefinisikan oleh Prasetyo & Farida (2022) sebagai kebenaran informasi yang mencatat, mengklasifikasikan, dan meringkas kejadian ekonomi untuk alasan pengambilan keputusan. Pengetahuan akuntansi dapat dipelajari melalui berbagai cara, termasuk pendidikan, pelatihan, dan pengalaman organisasi (Hoirul Ummah, Siti Rosyafah, dan Masyhad 2021). Variabel pengetahuan akuntansi dinilai menggunakan 2 indikator yang diturunkan dari penelitian Lestari & Rustiana (2019), yaitu pengetahuan deklaratif, dan pengetahuan prosedural.

Digital marketing didefinisikan oleh Althafa et al., (2023) sebagai strategi pemasaran yang menggunakan media digital, data, dan teknologi. Menurut Marjukah et al., (2021) digital marketing adalah kegiatan pemasaran yang menggunakan internet dan teknologi untuk meningkatkan dan memperbaiki kegiatan pemasaran konvensional. Variabel digital marketing dinilai dengan menggunakan 4 indikator pernyataan yang diturunkan dari penelitian yang dilakukan Huda & Munandar (2021), yaitu incentive program, site design, cost, dan interactive.

Teknik Analisis Data

Data penelitian yang sudah terkumpul selanjutnya dilakukan analisis. Sebelum analisis data, dilakukan uji pilot melalui serangkaian uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen yang digunakan untuk mengetahui apakah instrumen pernyataan dalam kuisioner sudah valid dan reliabel. Jika instrumen sudah terbukti valid dan reliabel, selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas. Uji normalitas dalam penelitian menentukan apakah variabel residual atau pengganggu dalam sebuah model regresi terdistribusi secara teratur atau normal dalam suatu model regresi (Ghozali 2018). Model regresi dikatakan terdistribusi normal jika hasil Kolmogorov-smirnov memiliki nilai signifikansi $> 0,05$. Berikutnya, uji multikolinieritas digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi antar variabel bebas atau independen dalam suatu model regresi penelitian (Ghozali, 2018). Jika nilai tolerance $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 , maka tidak terjadi multikolinieritas. Adapun uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengidentifikasi apakah ada ketidaksamaan varians dari satu residual ke residual lainnya dalam sebuah model regresi (Ghozali, 2018). Heteroskedastisitas ditentukan melalui uji glejser yakni dengan cara membandingkan absolut residual dari masing-masing variabel independen, dimana jika nilai probabilitas (sig.) $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Selanjutnya, uji

linearitas digunakan untuk menentukan apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak (Suliyanto 2018). Dalam penelitian ini, linearitas diuji dengan memakai uji Mackinnon-White-Davidson (MWD) melalui nilai Z. Persyaratan untuk evaluasi linearitas dengan uji MWD adalah jika thitung variabel $Z < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi (sig.) $> \alpha$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam bentuk linear.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali 2018). Persamaan matematis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$K = a + \beta_1 M1 + \beta_2 P2 + \beta_3 D3 + e \text{ Keterangan:}$$

K = Kinerja

a = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi

M1 = Modal

P2 = Pengetahuan Akuntansi

D3 = Digital Marketing

E = Standard Error

Uji statistik F dipakai untuk membuktikan bahwa keseluruhan variabel bebas dalam model memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali 2021). Ambang batas signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05 atau 5 persen. Jika nilai probabilitas kurang dari 0,05 mengindikasikan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikutnya, uji koefisien determinasi digunakan untuk menilai kesanggupan model dalam menjelaskan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (dalam waktu yang bersamaan) dan untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang mampu diterangkan oleh nilai adjusted R-square (Ghozali 2018). Maksud dari penelitian ini adalah sebagai alat untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh modal, pengetahuan akuntansi, dan digital marketing terhadap indikator kinerja usaha. Selanjutnya, uji t dalam penelitian ini digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh dari tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen, dimana apabila koefisien regresi > 0 , dan nilai signifikansi (sig $\leq 0,05$), maka H_a diterima dan H_o ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Statistik

Hasil analisis statistik deskriptif data variabel penelitian ini dapat diketahui pada tabel 8.

Tabel 8. Hasil Deskriptif Statistik

Variabel Penelitian	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Kinerja Usaha (Y)	65	2,71	4,86	3,8000	0,5037
Modal (X1)	65	2,20	5,00	4,0262	0,5652
Pengetahuan Akuntansi (X2)	65	2,00	4,00	3,0615	0,5021
Digital Marketing (X3)	65	2,14	5,00	3,9725	0,4731

Berdasarkan data di tabel 8, variabel kinerja Usaha Mikro menunjukkan bahwa variabel kinerja usaha mikro mendapatkan nilai minimum yang paling besar yaitu sebesar 2,71, sedangkan data variabel pengetahuan akuntansi mendapatkan nilai minimum yang paling kecil yaitu sebesar 2,00. Nilai maksimum paling besar dalam penelitian ini dimiliki oleh variabel modal dan digital marketing yaitu sebesar 5,00, sedangkan nilai maksimum paling kecil dimiliki oleh variabel pengetahuan akuntansi yaitu sebesar 4,00. Nilai rata-rata data dari variabel modal merupakan yang terbesar apabila dikomparasikan dengan nilai

rata-rata data dari variabel yang lainnya. Selain itu, berdasarkan pada data yang terdapat di tabel 8 juga diketahui jika data variabel modal memiliki ukuran standar deviasi yang paling besar, yaitu sebesar 0,5652 yang menandakan bahwa data variabel tersebut paling beragam dan mengalami fluktuasi.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Uji signifikansi dari pengaruh variabel modal, pengetahuan akuntansi dan pemasaran digital terhadap kinerja usaha pada penelitian ini dilaksanakan melalui uji analisis regresi linier berganda. Berdasar output analisis regresi linier berganda melalui bantuan software SPSS, didapatkan rekapitulasi hasil seperti yang dapat diketahui di tabel 13.

Tabel 13. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

No.	Variabel Bebas	Koefisien Regresi
1	Modal (X1)	0,280
2	Pengetahuan Akuntansi (X2)	0,051
3	Digital Marketing (X3)	0,382
Konstanta	= 0,999	
Koef. Determinasi	= 0,242	
Adjusted R Square	= 0,205	
F _{hitung}	= 6,492	

Dari data di tabel 13, maka bisa dibuat persamaan regresi linear berganda: $Y = 0,999 + 0,280X_1 + 0,051X_2 + 0,382X_3$

Uji F yang dilakukan di penelitian ini berguna sebagai alat untuk memastikan seluruh variabel bebas yang dilibatkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, serta untuk memastikan tingkat ketepatan model (*goodness of fit*) dalam memaparkan hubungan sebab akibat antara variabel modal, pengetahuan akuntansi, dan pemasaran digital dengan kinerja usaha. Rekapitulasi hasil uji F dapat dibaca pada tabel 14.

Tabel 14. Ringkasan Hasil Uji F

Sig.	Kesimpulan
0,001	Memenuhi <i>Goodness of Fit</i>

Merujuk dari tabel rekapitulasi hasil uji F di atas, dapat diketahui besarnya nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari α yaitu 0,05. Dengan demikian dalam hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh variabel bebas yang dilibatkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, atau dapat juga dikatakan bahwa model regresi linier berganda dalam penelitian ini terbukti telah memenuhi *goodness of fit*. Koefisien determinasi adalah angka yang mengemukakan proporsi atau persentase variasi perubahan nilai variabel dependen yang ditentukan oleh variasi perubahan nilai semua variabel independen yang dapat ditunjukkan dengan nilai *adjusted R-square* (Ghozali, 2018). Rekapitulasi dari hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 15.

Tabel 15. Ringkasan Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,492	0,242	0,205	0,449

Berdasarkan tabel 15 sebelumnya dapat dilihat tentang nilai koefisien determinasi pada penelitian ini adalah 0,242 dengan nilai adjusted R-square adalah 0,205. Koefisien adjusted R-square tersebut menjelaskan bahwasannya terdapat 20,5% variasi perubahan variabel kinerja usaha pada kerajinan genting di Kabupaten Kebumen dapat dijelaskan oleh variabel modal, pengetahuan akuntansi, dan digital marketing, sedangkan 79,5% lainnya mampu di interpretasikan oleh variabel- variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi, misalnya pengetahuan keuangan (financial knowledge), teknologi, media sosial, potensi pasar, tingkat pengalaman berwirausaha, inovasi, e-commerce, penggunaan informasi akuntansi manajemen, kepribadian kewirausahaan, budaya organisasi, literasi keuangan, strategi bisnis, kemampuan manajerial, kolaborasi bisnis, payment gateway, serta competitive advantage.

Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh tiap-tiap variabel bebas yaitu modal, pengetahuan akuntansi dan digital marketing terhadap variabel terikat yaitu kinerja usaha. Adapun rekapitulasi dari hasil uji t bisa dibaca pada tabel 16.

Tabel 16. Ringkasan Hasil Uji t

Variabel Independen	Koef. Regresi	Sig.	Kesimpulan
Modal (X ₁)	0,280	0,008	H1 Diterima
Pengetahuan (X ₂)	0,051	0,680	H2 Ditolak
Digital Marketing (X ₃)	0,382	0,004	H3 Diterima

Hasil uji t pada tabel 16 di atas memperlihatkan nilai koefisien regresi sebesar 0,280 dan nilai signifikansi adalah 0,008 lebih rendah dari α yakni 0,05. Hal ini membuktikan bahwa modal memberikan pengaruh positif terhadap kinerja usaha, sehingga hipotesis pertama diterima.

Hasil uji t pada di atas menunjukkan nilai koefisien regresi 0,051 dan nilai signifikansi 0,680 yang bernilai lebih tinggi dari α , 0,05. Berdasarkan hasil uji statistik tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja usaha, sehingga hipotesis kedua ditolak.

Melalui hasil uji t pada tabel 16 di atas dapat ditunjukkan bahwa nilai koefisien regresi 0,382 dan nilai signifikansi 0,004 bernilai lebih rendah dari nilai α sebesar 0,05. Berdasarkan hasil pengujian tersebut membuktikan bahwa digital marketing memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis, sehingga hipotesis ketiga diterima.

Pengaruh Modal terhadap Kinerja Usaha Mikro

Hasil penelitian ini menunjukkan bukti bahwasannya modal mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja usaha mikro pada kerajinan genting di Kabupaten Kebumen. Berdasarkan Resource Based View (RBV) Teori oleh Wernerfelt (1984) yang memaparkan bahwa keberlanjutan suatu perusahaan berhubungan dengan sumber daya yang berwujud dan tidak berwujud. Teori RBV menegaskan bahwa sumber daya merupakan hal yang penting karena pada prinsipnya kinerja perusahaan dapat dilihat dari sumber daya yang perusahaan miliki. Modal dapat dikaitkan dengan RBV Theory yang mana modal termasuk dalam sumber daya berwujud yang dapat mendukung berjalannya usaha untuk keberlanjutan suatu usaha. Pelaku usaha yang memiliki modal tentu dapat mencapai keunggulan kompetitif yang signifikan dan dapat meningkatkan kinerja usaha mereka.

Modal adalah landasan untuk memulai dan mengembangkan sebuah usaha. Modal tersebut dapat bersumber dari dana pribadi atau pinjaman. Usaha mikro ialah usaha perorangan atau kelompok kecil yang modalnya terbatas dari pemiliknya. Para pelaku

usaha mikro ini beranggapan bahwa dengan bertambah banyaknya modal yang mereka peroleh, maka akan mempermudah untuk membesarkan usaha yang dikelolanya. Meskipun demikian, terdapat juga pelaku usaha mikro yang masih menggunakan modal pribadinya dibanding dengan menggunakan modal pinjaman. Hal ini disebabkan karena pinjaman dari bank atau lembaga lain mewajibkan dengan persyaratan yang cukup sulit yang harus dilengkapi calon peminjam dana. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sembiring & Harahap (2022), Aulia & Hidayat (2021), Ferdiansyah & Bukhari (2021), Lorenza & Harahap (2022) yang menyatakan bahwa modal berdampak positif terhadap kinerja usaha mikro. Hasil ini mengimplikasikan bahwa modal usaha merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi tinggi rendahnya kinerja usaha. Apabila modal usaha tinggi, maka kinerja usaha juga tinggi. Sebaliknya, jika modal usaha rendah, maka kinerja usaha juga akan mengalami penurunan.

Pengaruh Pengetahuan Akuntansi terhadap Kinerja Usaha Mikro

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja usaha mikro pada kerajinan genting di Kabupaten Kebumen. Kondisi yang demikian dapat terjadi karena penggunaan pengetahuan akuntansi dari para pelaku usaha ini belum sepenuhnya mampu meningkatkan kinerja mereka secara nyata berdasarkan pada dua indikator yaitu pengetahuan deklaratif dan prosedural.

Pengetahuan akuntansi adalah kumpulan pemahaman tentang sistem informasi yang menerbitkan laporan keuangan tentang operasi dan status ekonomi perusahaan bagi para pemangku kepentingan (Lestari dan Rustiana 2019). Berdasarkan Resource Based View (RBV) Teori oleh Wernerfelt (1984) yang memaparkan bahwa keberlanjutan suatu perusahaan berhubungan dengan sumber daya yang berwujud dan tidak berwujud. Teori RBV ini menegaskan bahwa sumber daya merupakan hal yang penting karena pada prinsipnya kinerja perusahaan dapat dilihat dari sumber daya yang perusahaan miliki. Pengetahuan akuntansi dapat dikaitkan dengan Resource Based View Theory yang mana pengetahuan akuntansi ini termasuk dalam sumber daya tak berwujud. Pengetahuan akuntansi dapat dikendalikan sehingga dapat mendukung berjalannya usaha untuk meningkatkan pertumbuhan kinerja bagi usaha mikro. Pengetahuan akuntansi masuk dalam salah satu elemen sumber daya tidak berwujud yaitu human capital. Human capital secara umum diartikan sebagai aset yang lebih fokus pada keterampilan, pengetahuan, bakat, kemampuan, dan pengalaman yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan aktivitas kerja.

Berdasarkan karakteristik responden, dapat dilihat data kondisi demografi para pelaku usaha mikro pada kerajinan genting di Kabupaten Kebumen, dimana sebagian besar pelaku usaha tersebut hanya menempuh jenjang pendidikan sekolah menengah pertama (SMP). Hal tersebut dapat mencerminkan kurangnya pengetahuan akuntansi yang dimiliki oleh para pelaku usaha sehingga belum dapat memaksimalkan kinerja usahanya melalui pengetahuan akuntansi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Prasetyo & Farida (2022) yang mana tidak menunjukkan adanya pengaruh pengetahuan akuntansi terhadap kinerja usaha. Semakin baik pengetahuan akuntansi yang dimiliki oleh pelaku usaha, tidak mempengaruhi baik buruknya kinerja usahanya. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Susanti et al., (2023), Lestari & Rustiana (2019), Abdullah et al., (2019), Setiawati et al., (2021) yang menyatakan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja Usaha Mikro

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa pemasaran digital mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja usaha mikro pada kerajinan genting di Kabupaten Kebumen. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan pemasaran digital (digital marketing) sangat membantu para pelaku usaha dalam memasarkan produknya sehingga dapat mempermudah dalam menjangkau konsumen dan berinteraksi dengan konsumen. Hampir seluruh responden dalam penelitian ini memiliki gawai dan menggunakan media sosial untuk mendukung usahanya. Terdapat beberapa responden yang tidak memiliki gawai namun produknya dipasarkan oleh anaknya yang memiliki gawai. Digital marketing merupakan sebuah kegiatan marketing yang memanfaatkan internet dan teknologi untuk mengembangkan dan meningkatkan fungsi-fungsi marketing konvensional (Marjukah, Prasetyo, dan Setyabudi 2021). Penggunaan digital marketing ini tentunya dapat dikaitkan dengan Resource Based View Theory. Resource Based View (RBV) Teori oleh Wernerfelt (1984) yang memaparkan bahwa keberlanjutan suatu perusahaan berhubungan dengan sumber daya yang berwujud dan tidak berwujud. Teori RBV menegaskan bahwa sumber daya merupakan hal yang penting karena pada prinsipnya kinerja perusahaan dapat dilihat dari sumber daya yang perusahaan miliki. Oleh karena itu digital marketing termasuk ke dalam sumber daya tidak berwujud. Digital marketing berasal dari pemikiran alternatif untuk pemasaran produknya, sehingga dapat membuat keunggulan bersaing dan meningkatkan pertumbuhan usahanya. Digital marketing masuk dalam salah satu elemen sumber daya tidak berwujud yaitu relational capital. Relational capital sebagai hubungan yang dapat dikembangkan perusahaan dengan pihak-pihak di luar perusahaan, khususnya pada pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Huda & Munandar (2021), Frans Sudirjo et al., (2023), Marjukah et al., (2021), dan Padli (2022) yang menunjukkan bahwa digital marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik pemanfaatan digital marketing, maka semakin baik kinerja usaha mikro pada kerajinan genting Kabupaten Kebumen.

KESIMPULAN

Hasil penelitian dan pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha mikro, diperoleh kesimpulan yaitu modal berpengaruh positif terhadap kinerja usaha mikro pada kerajinan genting di Kabupaten Kebumen, pengetahuan akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro pada kerajinan genting di Kabupaten Kebumen, dan digital marketing berpengaruh positif terhadap kinerja usaha mikro pada kerajinan genting di Kabupaten Kebumen.

Upaya yang dapat dilakukan oleh para pelaku usaha mikro pada kerajinan genting di Kabupaten Kebumen dalam mempertahankan kinerja usahanya secara optimal adalah harus lebih fokus pada modal dan digital marketing. Beberapa solusi yang mungkin dilakukan antara lain dengan terus memperkuat struktur modal usahanya ke arah yang lebih efisien melalui kombinasi yang tepat antara jumlah modal sendiri dengan jumlah modal pinjaman yang digunakan dalam operasi usahanya, terus berupaya untuk memanfaatkan modal tambahan secara lebih efektif, serta melakukan kerja sama dengan lembaga keuangan yang kredibel dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan modal. Selain itu, para pelaku usaha mikro pada kerajinan genting di Kabupaten Kebumen juga perlu terus berupaya untuk menerapkan strategi pemasaran digital (digital marketing) secara tepat agar dapat memperluas pangsa pasar serta meningkatkan efisiensi biaya promosi dan waktu transaksi dengan para pelanggannya.

Keterbatasan dari penelitian ini yaitu terdapat beberapa narasumber yang kurang menguasai dengan bidangnya sehingga terdapat beberapa jawaban yang cukup sulit untuk dijawab. Subyek penelitian ini hanya terbatas pada pelaku usaha mikro pada kerajinan genting di Kabupaten Kebumen sehingga hasilnya tidak bisa digeneralisasikan untuk pelaku usaha mikro di wilayah dan bidang lainnya. Pengelompokan data responden dalam penelitian ini yang diambil semuanya ada di lingkup usaha mikro karena memang dalam kerajinan genting ini mayoritas adalah usaha mikro, sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat mengembangkan dan memperluas cakupan penelitian tidak hanya usaha mikro, tetapi juga usaha skala kecil, dan menengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah., Muttaqin., Primasari, D., & Widianingsih, Rini. 2019. Pengaruh Strategi Bisnis, Kemampuan Manajerial Dan Pengetahuan Akuntansi Pelaku Umkm Terhadap Kinerja Umkm Bidang Kuliner Di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Optimum* 9(2): 145–57. <https://doi.org/10.12928/optimum.v9i2.12848>.
- Adela., Vincent., Agyei, S. K., Frimpong, F., Awisome, D. B., Bossman A., Abosompim, R. O., Benchie, J. K. O., & Ahmed, A. M. A. 2024. Bookkeeping practices and SME performance: The intervening role of owners' accounting skills. *Heliyon* 10 (1): e23911. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e23911>.
- Alimbudiono, R. S. 2020. Accounting knowledge as a contributing intention on improving public accounting profession. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 7(9): 801–9. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no9.801>
- Althafa., Destiara, E., Farida, Y. N. & Suparlinah, I. 2023. Pengaruh Struktur Modal, Sistem Informasi Akuntansi, Digital Marketing Terhadap Kinerja Umkm Dengan Budaya Organisasi Sebagai Variabel Pemoderasi (2):69–87. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.11254>
- Aulia., Fikri., & Hidayat, T. 2021. Pengaruh Modal Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Kain Perca Di Kecamatan Medan Denai. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 4 (2): 119–32. <https://doi.org/10.46576/bn.v4i2.1701>.
- Barney, J. 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>.
- BPS Provinsi Jawa Tengah. 2023. Kemiskinan 2021-2023. 2023. <https://jateng.bps.go.id/indicator/23/34/1/kemiskinan.html>.
- Ekon.go.id. 2023. “Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi.” Ekon.Go.Id. 2023. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi#:~:text=Jakarta%2C%2024%20Agustus%202023&text=Sektor%20UMKM%20memberikan%20kontribusi%20terhadap,97%25%20dari%20total%20tenaga%20kerja>.
- Ferdiansyah., Ahmad., & Bukhari, E. 2021. Pengaruh Modal, Financial Knowledge, Teknologi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Fashion Di Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM)* 17 (2): 103–14.
- Sudirjo, F., Rukmana, A. Y., Wandan, H., & Hakim, M. L. 2023. Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen* 5 (1): 55–69. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.134>.

- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. 9 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- . 2021. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, Jr., Joseph, F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. 2010. Multivariate Data Analysis.
- Ummah, H., Rosyafah, S., & Masyhad. 2021. Pengaruh Pengetahuan Akuntansi Dan Perilaku Keuangan Terhadap Kinerja Manajerial Umkm Makanan Di Sidoarjo. *Akuntansi '45* 2 (1): 38–43. <https://doi.org/10.30640/akuntansi45.v2i1.104>.
- Hussain., Arsalan., Shahzad, A., & Hassan, R. 2020. Organizational and environmental factors with the mediating role of e-commerce and SME performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 6 (4): 1–21. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040196>.
- Kementerian Keuangan RI. 2023. Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia. DJPB KEMENKEU. 2023. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html>.
- Kurniawati, M. 2022. Pengaruh E-commerce dan Modal Usaha terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi COVID-19 Dengan Sumber Daya Manusia (SDM) Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus UMKM Kecamatan Dolopo). *Seminar Inovasi Manajemen Dan Akuntansi 4, No. September 2022*.
- Lestari., Amanda, N., & Rustiana, S. H. 2019. Pengaruh Persepsi Owner Dan Pengetahuan Akuntansi Dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Pamulang. *Journal of Business & Entrepreneurship Universitas Muhammadiyah Jakarta* 1 (2): 67–80. <https://doi.org/10.54268/baskara.v1i2.5934>
- Lorenza., Vinka., & Harahap, N. 2022. Pengaruh Modal Usaha Dan Tingkat Pengalaman Berwirausaha Terhadap Kinerja Umkm Perkebunan Buah Naga Di Desa Lestari Dadi Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 1 (2): 27–38. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v1i2.326>.
- Maghfiroh., Siti., & Fitrijadi, K. R. 2023. Kebijakan Akuntansi Dan Penyusunan Laporan Keuangan Umkm (Paguyuban Pelaku Usaha Banyumas). *Jurnal Pengabdian Bisnis dan Akuntansi* 2 (1): 1–8. <https://doi.org/10.32424/1.jpba.2023.2.1.9185>.
- Marjukah., Anis., Prasetyo, J., & Setyabudi, A. 2021. Peran Kolaborasi Bisnis Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Widyagama National Conference on Economics and Business*, no. Wnceb: 780–89. <https://doi.org/10.31328/wnceb.v2i1.3209>
- Huda, N. & Munandar, A. 2021. Pengaruh Digital Marketing Dan Network Dalam Meningkatkan Kinerja Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. *Journal Scientific Of Mandalika (JSM)* e-ISSN 2745- 5955 | p-ISSN 2809-0543 2 (9): 470–80. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol2iss9pp470-480>.
- Padli. 2022. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Mikro. *Jurnal Hipotesa* 16 (2): 21–35.
- Prasetyo., Eko., & Farida. 2022. Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi, Budaya Organisasi dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM. *National Multidisciplinary Sciences* 1(3): 370–83. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.102>.

- Presiden Republik Indonesia. 2004. Peraturan Presiden No. 98 Tahun 2014 tentang Perizinan Usaha Mikro dan Kecil. Jakarta.
- Rokhayati, H., Wiratno, A., & Pinasti, M. 2016. Corporate Social Responsibility in Small, Medium Enterprises: Stakeholder Theory and Resource Based View. *International Conference on Accounting, Management and Economics (ICAME2016)*, 597–604.
- Schoemaker. & Paul J. H. 1993. Strategic Assets and Organizational rent. *Inwood International* 63 (August 1992): 40–41.
- Sekaran., Uma., & Bougie, R. 2017. Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian. Jakarta: Salemba Empat.
- . 2019. Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian. 6 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Sembiring., Rosliati, Br., & Harahap, N. 2022. Pengaruh Modal Dan Potensi Pasar Terhadap Kinerja Umkm Peternak Ikan Mas Di Desa Ujung Serdang Kabupaten Deli Serdang. *Value* 3 (1): 1–10. <https://doi.org/10.36490/value.v3i1.264>.
- Setiawati., Enis., Diana, N., & Mawardi 202, M. C. 2021. Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Malang. *E-Jra* 10 (4): 37.
- Siswanti, T. 2020. Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsuraya* 5 (2): 61–76. <https://doi.org/10.35968/jbau.v5i2.430>.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2nd ed). Data Kualitatif.
- Suhargo., Syamir, E., Farida, Y. N., & Hidayat, T. 2022. Pengaruh Digitalisasi UMKM dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)* 1 (2): 132–42.
- Suliyanto. 2018. Metode Penelitian Bisnis: Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi. CV. Andi Offset.
- Susanti., Novriani., Yusriwati., & Hapsari, S. U. 2023. Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Manajemen, Pengetahuan Akuntansi Dan Kepribadian Kewirausaha Terhadap Kinerja Umkm Di Tembilahan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 11 (2): 130–40. <https://doi.org/10.32520/jak.v11i2.2266>.
- Trisnawati., Yeni, A., Utomo, S. W. & Styaningrum, F. 2019. Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pengalaman Berwirausaha dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Madiun. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi* 7(2): 247–56. <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/FIPA/article/view/928>.
- Wernerfelt, B. 1984. A Resource-based View of the Firm 5 (2): 171–80.
- Widagdo., Suwignyo., Rachmaningsih, E. K., & Handayani, Y. I. 2019. Resource Based View: Strategi Bersaing Berbasis Kapabilitas dan Sumberdaya. Mandala Press.
- Zayed., Mustafa, L., & Sinha, R. 2019. Effectiveness of Accounting Information System in Manufacturing SMEs in Jordan. *International Journal of Social Science and Economic Research* 04 (02): pp.819-825.