

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini tentu tidak terlepas dari peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal ini dikarenakan sebagian besar pelaku usaha di Indonesia adalah pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah, dimana posisi UMKM menjadi sumber kekuatan ekonomi daerah maupun nasional, dan kehadirannya merupakan salah satu faktor pendorong pertumbuhan dan perkembangan ekonomi Indonesia. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dijalankan oleh individu atau suatu badan usaha dan disebut sebagai usaha mikro. UMKM mempunyai peran yang sangat penting dalam mendorong laju pertumbuhan perekonomian Indonesia dan juga berperan penting dalam upaya pemerataan pendapatan dan peningkatan pendapatan masyarakat (Elena Safitri et al., 2023). UMKM juga diatur dan didefinisikan secara jelas dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dimana menurut Undang-Undang tersebut UMKM didefinisikan sebagai usaha mikro produktif milik individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria dan diatur dalam undang-undang (Kementerian Keuangan RI Direktorat Jenderal Perbendaharaan, 2023).

UMKM memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong laju pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Indonesia sebagai negara berkembang, menjadikan UMKM sebagai pilar utama sektor perekonomian masyarakat. Hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian masyarakat, terutama dalam sektor ekonomi. Oleh karena itu, sektor UMKM memiliki potensi besar bagi kesejahteraan masyarakat (Vinatra, 2023). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, terdapat 65,5 juta UMKM di Indonesia yang merupakan 99% dari total unit usaha. Selain itu, sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61%, atau senilai Rp 9.580 triliun. Bahkan kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai 97% dari total tenaga kerja (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2023).

Perkembangan UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun meski sempat mengalami penurunan ketika terjadinya pandemi Covid-19. Tangguhnya kekuatan UMKM yang ada di Indonesia memang tidak dapat

diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan terus berputar menjadi roda penggerak perekonomian, terutama pasca dilanda krisis ekonomi akibat dampak pandemi Covid-19 beberapa tahun silam. Keadaan yang terjadi saat itu membuat para pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan yang signifikan bahkan hingga terancam gulung tikar akibat terdampak pandemi Covid-19. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia menunjukkan bahwa selama pandemi, terdapat 72% pelaku UMKM mengalami penurunan kinerja akibat dari pembatasan mobilitas masyarakat (Mujianto et al., 2022).

Pandemi ini tentu saja berdampak juga terhadap sektor UMKM di Kota Metro. Pandemi Covid-19 ini sangat memengaruhi keadaan ekonomi, terutama bisnis kecil (Bartik et al., 2020). Namun seiring berjalannya waktu, seluruh pelaku UMKM di Kota Metro berusaha untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dan terus berusaha untuk tetap bertahan menghadapi masalah yang muncul akibat pandemi agar pendapatan mereka dapat kembali stabil dan dapat meningkat secara bertahap meskipun berada di tengah kondisi dimana segala aktivitas harus dibatasi. Pasca pandemi yang terjadi saat itu, segala kegiatan usaha para pelaku UMKM yang dahulu hanya beroperasi secara tradisional kini telah beralih dan merambah pada penjualan berbasis *online*. Begitu juga dengan para pelaku UMKM yang ada di Kota Metro, dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadi tantangan bagi mereka untuk dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi serba digital dan menghadapi persaingan bisnis yang tentunya semakin ketat.

Berikut ini merupakan jumlah UMKM yang tercatat di Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindustrian Kota Metro:

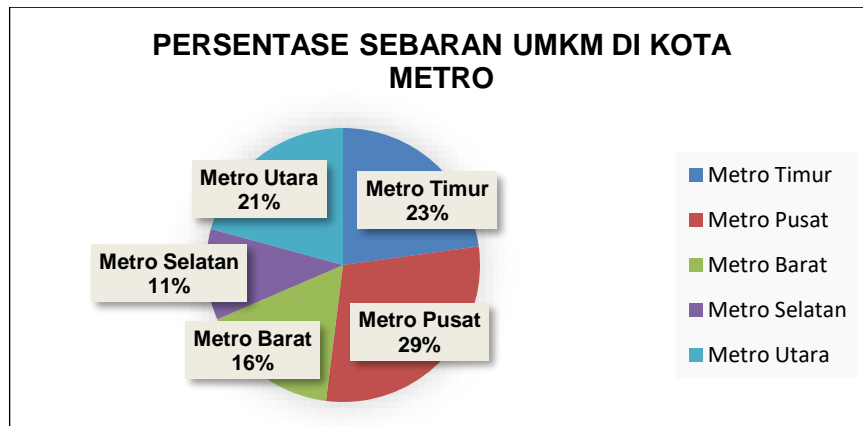
Tabel 1. Jumlah UMKM di Kota Metro Tahun 2023

No.	Bidang UMKM	Jumlah
1	Usaha Mikro	19.780
2	Usaha Kecil	37
3	Usaha Menengah	27
Total		19.944

Sumber: Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Kota Metro Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 1, jumlah UMKM yang tercatat di Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindustrian Kota Metro pada tahun 2023 berjumlah 19.944 UMKM yang terdiri dari Usaha Mikro berjumlah 19.780, Usaha Kecil berjumlah 37, dan Usaha Menengah berjumlah 27.

Dengan sebaran UMKM sebagaimana terlampir pada gambar 2 berikut:



Gambar 1. Persentase Sebaran UMKM di Kota Metro (Sumber: Olah data dari Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindustrian Kota Metro, 2023)

Berdasarkan data yang telah diolah dari Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Kota Metro Tahun 2023 pada gambar 2 diperoleh persentase sebaran UMKM masing-masing Kecamatan di Kota Metro. Dimana Kecamatan Metro pusat memiliki total UMKM sejumlah 5.786 dengan persentase sebesar 29%, Kecamatan Kecamatan Metro Timur memiliki total UMKM sejumlah 4.531 dengan persentase 23%, lalu disusul Kecamatan Metro Utara yang memiliki total UMKM sejumlah 4.120 dengan persentase sebesar 21%, Kecamatan Metro Barat memiliki total UMKM sejumlah 3.279 dengan persentase 16%, dan pada posisi terakhir yaitu Kecamatan Metro Selatan yang memiliki total UMKM sejumlah 2.128 dengan persentase sebesar 11%. Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk berfokus pada UMKM yang terdapat di Kecamatan Metro Timur sebagai objek penelitian, dibawah ini merupakan daftar UMKM yang ada di Kecamatan Metro Timur:

Tabel 2. Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Metro Timur Tahun 2023

No.	Kelurahan	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Jumlah
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Iringmulyo	1.410	1	4	1.415
2	Yosodadi	1.097	1	1	1.099
3	Tejoagung	760	2	1	763
4	Yosorejo	703	1	3	707
5	Tejosari	547	-	-	547
Total		4.517	5	9	4.531

Sumber: Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Kota Metro Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa pada Kecamatan Metro Timur terdapat lima Kelurahan dengan total UMKM berjumlah 4.531 yang terdiri dari 4.517 usaha mikro, 5 usaha kecil, dan 9 usaha menengah. Berdasarkan data diatas, Kecamatan Metro Timur memiliki jumlah UMKM yang cukup tinggi yaitu terdapat sejumlah 4.531 UMKM, serta memiliki potensi sarana perdagangan yang lengkap dari segi jenis usaha yang tersedia mulai dari bidang perdagangan seperti kuliner, kosmetik, *fashion* hingga bidang industri dan jasa.

Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan akhir Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Pemerintah Provinsi Lampung tahun 2020, menyatakan bahwa Kota Metro memiliki tiga usaha ekonomi kreatif unggulan, yaitu sektor kuliner, *fashion* dan kriya. Dimana ketiga usaha unggulan ekonomi kreatif tersebut terletak pada dua kecamatan, yaitu Kecamatan Metro Pusat dan Kecamatan Metro Timur. Kecamatan Metro Pusat merupakan kecamatan yang memiliki potensi unggul di bidang kuliner dan kriya, sedangkan Kecamatan Metro Timur memiliki potensi unggul di bidang *fashion*. Selain itu, Kecamatan Metro Timur juga merupakan salah satu bagian wilayah dari Kota Metro yang lokasinya strategis dan padat penduduk. Karena, Kota Metro sendiri memiliki predikat Kota Pendidikan. Sebagai Kota Pendidikan, Kota Metro memiliki indeks pembangunan manusia yang tinggi dan banyak diminati oleh para pelajar pendatang untuk menempuh pendidikan di Kota Metro. Dimana Kawasan Pendidikan Kota Metro juga terletak di Kecamatan Metro Timur, sehingga hal ini menjadi alasan mengapa Kecamatan Metro Timur dipandang sebagai lokasi strategis dalam membuka peluang bagi para pelaku usaha terutama di bidang *fashion*.

Hal ini didukung dengan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindustrian Kota Metro terkait rata-rata omzet pertahun yang diperoleh oleh UMKM *Fashion* pada setiap kecamatan di Kota Metro sebagai berikut:

Tabel 3. Rata-rata Omzet Pertahun UMKM *Fashion* di Kota Metro Tahun 2023

No.	Kecamatan	Rata-rata Pendapatan Pertahun (Rupiah)
1	Kecamatan Metro Timur	59.574.468
2	Kecamatan Metro Pusat	41.046.512
3	Kecamatan Metro Selatan	40.043.478
4	Kecamatan Metro Utara	39.196.429
5	Kecamatan Metro Barat	39.027.778

Sumber: Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Kota Metro Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 3, rata-rata omzet pertahun dengan jumlah paling besar diraih oleh UMKM *Fashion* yang terletak di Kecamatan Metro Timur, yaitu sebesar Rp

59.574.468, Kecamatan Metro Pusat dengan jumlah Rp 41.046.512, lalu Kecamatan Metro Selatan sebesar Rp 40.043.478, selanjutnya diikuti oleh Kecamatan Metro Utara dengan rata-rata omzet sebesar Rp 39.196.42, dan terakhir yaitu Kecamatan Metro Barat dengan omzet sebesar Rp 39.027.778. Artinya, Kecamatan Metro Timur merupakan lokasi strategis untuk menunjang usaha para pelaku UMKM *Fashion*, karena dapat menghasilkan rata-rata omzet pertahun yang lebih besar dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Sehingga, berdasarkan penjelasan informasi tersebut peneliti memilih UMKM *Fashion* di Kecamatan Metro Timur sebagai objek dan lokasi penelitian.

Salah satu bidang UMKM yang cukup menjanjikan dan berkembang pesat di Kecamatan Metro Timur selain kuliner adalah *fashion*. Menurut pendapat Ramadhani et al., (2022) minat seseorang terhadap gaya hidup juga tidak terlepas dari trend *fashion* yang sedang berkembang. *Fashion* adalah gaya berpakaian dan dandanan yang sedang populer dan terus mengikuti perkembangan zaman. Lebih lanjut, menurut Ferdiansyah & Bukhari (2021) *fashion* merupakan salah satu subsektor industri kreatif yang berkaitan dengan proses produksi dan distribusi pakaian, model, dan aksesoris pakaian. Dilansir pada situs kemenparekraf.go.id, dimana hal tersebut juga didukung oleh pernyataan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Sandiaga Uno yang menyatakan bahwa pada sektor ekonomi kreatif di Indonesia didukung oleh tiga subsektor dengan kontribusi terbesar yaitu subsektor kuliner, kriya, dan *fashion*.

Dengan semakin meningkatnya jumlah pelaku UMKM setiap tahun mengakibatkan persaingan yang semakin ketat. Sehingga para pelaku usaha harus berusaha menerapkan berbagai strategi agar dapat menciptakan nilai unggul dan mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu melalui strategi bauran pemasaran (Liantika, 2022). Para pelaku UMKM perlu menetapkan strategi pemasaran yang dapat memperluas jangkauan penjualan dan meningkatkan volume penjualan. Saat terjadinya pandemi Covid-19 memberikan dampak terhadap kelangsungan usaha para pelaku UMKM dikarenakan adanya keterbatasan interaksi antara penjual dan pembeli. Pandemi menyebabkan terjadinya penurunan daya beli masyarakat yang berimbas pada penurunan penjualan. Sehingga, para pelaku UMKM kesulitan untuk mendapatkan sumber pembiayaan ataupun sumber bahan baku. Terlebih lagi sejak saat itu para konsumen mulai beralih untuk melakukan transaksi pembelian secara digital. Dengan permasalahan yang ada, pelaku usaha harus

siap dan sigap menghadapi segala perubahan pola konsumsi masyarakat, pola distribusi maupun perkembangan teknologi. Saat itu banyak pelaku UMKM yang pada akhirnya harus gulung tikar, namun tidak sedikit pelaku UMKM yang pada akhirnya bisa bangkit dan pulih dari keterpurukan ekonomi. Mereka yang mampu bertahan adalah mereka yang mampu beradaptasi dengan kondisi, menyusun strategi serta menerapkan taktik baru dalam berbisnis. Terciptanya perubahan dalam cara penjualan yang awalnya dapat dilakukan secara langsung, saat ini menuntut pelaku UMKM untuk dapat menggabungkan kemampuan dan keterampilan melakukan penjualan secara *online* dan *offline* (Erwan Darmawan, 2022).

Lebih lanjut, Menurut Zanaria et al., (2023) saat ini teknologi berkembang dengan sangat pesat, sehingga masyarakat harus bisa mengikuti perkembangan dengan memanfaatkan teknologi yang ada dengan sebaik mungkin. Salah satu cara memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai upaya mengoptimalkan strategi pemasaran yaitu melalui *digital payment*. Terlebih lagi saat ini banyak konsumen yang merasa lebih nyaman untuk bertransaksi atau berbelanja melalui media online, sehingga hal ini menjadi tantangan bagi penjual untuk adaptif dengan segala kondisi pasar. Pengaruh perkembangan teknologi di era serba digital menciptakan perubahan yang signifikan dalam kehidupan masyarakat, salah satunya yaitu kemudahan bertransaksi. Sebagian besar masyarakat telah menyadari perkembangan metode pembayaran saat ini dan mulai menggunakan pembayaran digital secara non tunai saat melakukan transaksi. Berkembangnya alat pembayaran non tunai menghasilkan inovasi di bidang pembayaran digital atau *digital payment* dengan jumlah pengguna yang terus mengalami peningkatan (Denicolai et al., 2021). Sulitnya menjangkau konsumen secara luas, perubahan gaya hidup konsumen, tingginya beban ongkos yang harus dikeluarkan, dan sulitnya melakukan transaksi jarak jauh berdampak terhadap pendapatan UMKM. Sehingga hal ini mendorong para pelaku UMKM untuk menerapkan pembayaran digital atau *digital payment* agar responsif terhadap keinginan konsumen demi menunjang terciptanya peningkatan penjualan.

Menurut Andrianto & Nurjanah (2023) pembayaran dapat diartikan sebagai pemindahan uang dari pembayar ke penerima. Seiring kemajuan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat yang dituntut serba cepat, maka hal ini membuat penggunaan teknologi informasi menjadi kebutuhan sehari-hari. Sehingga kini pembayaran tidak hanya dapat dilakukan secara langsung atau

tunai saja tetapi bisa juga dilakukan secara digital. Pembayaran digital (*digital payment*) adalah metode pembayaran berbasis teknologi. Pembayaran digital (*digital payment*) di Indonesia yang terus berkembang sebagai bagian dari industri teknologi keuangan atau *financial technology*. Perkembangan UMKM dan kehadiran uang elektronik melalui *digital payment* akan mempermudah UMKM untuk bertransaksi dengan pelanggan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Subekti & Pahlevi, 2022) yang menunjukkan hasil bahwa variabel *digital payment* berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Meskipun dengan kehadiran *digital payment* memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha dalam melakukan transaksi menjadi lebih cepat, praktis, fleksibel dan efisien, namun *digital payment* juga memiliki beberapa kekurangan dalam penerapannya terhadap UMKM. Dimana para pelaku UMKM harus membayar biaya transaksi, sebab beberapa *platform mobile payment* menetapkan biaya transaksi. Sehingga, bagi UMKM dengan skala margin keuntungan yang sedikit akan mempengaruhi profitabilitasnya. Selain itu, rentannya terhadap gangguan sistem pembayaran yang berdampak terhadap terhambatnya proses penjualan. Bahkan tidak sedikit pelaku UMKM yang telah menerapkan *digital payment* mengeluh ketika tidak dapat melakukan tarik tunai saat itu juga ketika sedang dibutuhkan. Karena terdapat beberapa *e-wallet* yang memerlukan proses atau rentan waktu untuk melakukan pencairan. Sehingga, hal ini akan membuat proses perputaran usaha pada UMKM menjadi terhambat, karena saat memerlukan dana dalam bentuk tunai disaat itu juga, harus terhambat oleh proses pencairan.

Namun demikian, meskipun terdapat beberapa permasalahan pada penerapan *digital payment* terhadap UMKM, tidak menyurutkan tekad para pelaku usaha untuk mengimbangi permintaan pasar. Melalui perkembangan teknologi di era digital seakan menumbuhkan semangat bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan segala peluang yang ada demi terealisasinya peningkatan volume penjualan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novaliana, (2023) yang menyatakan bahwa pembayaran menggunakan *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Sandiaga Uno yang mengatakan bahwa UMKM dapat *sustainable* (berkelanjutan) tentunya karena didukung oleh prinsip-prinsip ekonomi hijau dimana digitalisasi ada di dalamnya. Pelaku UMKM harus dapat terus melakukan inovasi, adaptasi, dan kolaborasi. Dilansir dari info.metrokota.go.id, sebagaimana yang disampaikan oleh

Bapak Wali Kota Metro dr. Wahdi, Sp. OG (K), MH yang menyatakan bahwa hal ini juga sejalan dengan rencana yang telah ditetapkan dalam Rencana Strategis Dinas Koperasi, UMK, UM dan Perindustrian Kota Metro Tahun 2021-2026, yang disusun dengan mengacu pada Visi dan Misi Kota Metro Tahun 2021- 2026 dalam rangka memantau pertumbuhan pelaku usaha Mikro Kecil dan Menengah, dimana pada Misi ke-4 berbunyi "Meningkatkan masyarakat produktif, berdaya saing dalam bidang teknologi, inovasi dan ekonomi kreatif."

Pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan suatu usaha tidak terlepas dari penggunaan informasi akuntansi (Firdhaus & Akbar, 2022). Dimana salah satu sistem informasi keuangan yang ada pada saat ini yaitu sistem informasi akuntansi (SIA). Menurut Aryanti et al., (2020) sistem informasi akuntansi dapat menjadi dasar untuk pengambilan keputusan bisnis sehingga memiliki pengaruh yang sangat penting bagi pencapaian keberhasilan usaha, termasuk UMKM. Sistem informasi akuntansi dibagi menjadi tiga jenis berdasarkan penggunaannya, yaitu penggunaan manual sistem, sistem transaksi basis komputer, dan database (Zamzami et al., 2021).

Faktanya, masih banyak pelaku usaha saat ini yang belum memiliki standar untuk mengelola usahanya. Terutama pelaku usaha kecil dan pemula yang hingga saat ini seringkali masih mengabaikan pentingnya pembukuan atau laporan keuangan. Masalah klasik yang sering dihadapi oleh para pelaku UMKM yaitu terkait pengelolaan keuangan dan modal yang terbatas. Masih banyak pelaku usaha yang kurang paham tata cara pengelolaan keuangan dan belum melakukan pencatatan atas laporan keuangan usahanya dengan baik. Para pelaku usaha kecil dan menengah biasanya hanya melakukan pembukuan sebatas pencatatan pendapatan dan pengeluaran saja. Bahkan tidak sedikit pelaku UMKM yang tidak melakukan pencatatan dan mengakibatkan laba bersih usaha sulit untuk diketahui. Karena banyaknya UMKM yang belum bisa menerapkan pencatatan akuntansi yang berkualitas, dan tidak dapat membuat laporan keuangan seperti yang telah distandarkan oleh perbankan, sehingga berimbas pada sulitnya akses para pelaku UMKM untuk mengajukan kredit di lembaga perbankan dan mendapatkan tambahan modal usaha. Padahal laporan keuangan merupakan salah satu hal penting bagi perbankan untuk menyetujui pengajuan kredit bagi kalangan UMKM. Menurut Efriyenty (2020), hal ini merupakan salah satu tantangan yang menjadi kendala dan keterbatasan secara terus-menerus bagi pelaku UMKM, karena masih banyak dari mereka yang tidak memahami cara melakukannya. Oleh karena

itu, mengetahui ilmu mendasar tentang akuntansi dan penerapan sistem informasi akuntansi yang baik merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh para pelaku usaha UMKM.

Selain itu, sistem informasi akuntansi sangat penting untuk menyokong keberhasilan usaha karena dapat memberikan informasi akuntansi yang lengkap dan terorganisir tentang posisi keuangan (Saputri & Shiyammurti, 2022). Dalam hal keuangan, informasi akuntansi membantu pelaku usaha dalam membuat keputusan mulai dari penetapan harga jual, pengembangan pasar hingga upaya peningkatan volume penjualan untuk memperoleh laba maksimal. Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Ariningrum, (2022) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggadini et al., (2021) yang menyatakan bahwa keberhasilan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap efektivitas penjualan usaha. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Firdhaus & Akbar, 2022) mengenai pengaruh penerapan sistem informasi akuntansi dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kinerja UMKM, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM, namun variabel pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Penelitian ini mengacu pada penelitian-penelitian sebelumnya yang meneliti terkait *digital payment* dan penggunaan sistem informasi akuntansi, namun penelitian ini menggunakan peningkatan volume penjualan usaha sebagai variabel terikat (*Dependent Variable*) dimana pada penelitian terdahulu para peneliti cenderung menggunakan kinerja UMKM sebagai variabel terikat (*Dependent Variable*) untuk mengukur pengaruh *digital payment* dan penggunaan sistem informasi akuntansi. Sehingga keterbaruan penelitian ini terletak pada penggabungan dua variabel penelitian yaitu *digital payment* dan penggunaan sistem informasi akuntansi dengan peningkatan volume penjualan usaha sebagai variabel terikat. Peneliti juga memilih UMKM *fashion* di Kecamatan Metro Timur sebagai objek penelitian karena UMKM *fashion* merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang populasinya terus meningkat dan merupakan tiga terbesar subsektor yang menyokong perekonomian di Indonesia. Sehingga hal ini juga menjadi tantangan bagi pelaku usaha mengingat persaingan menjadi semakin ketat. Dengan melihat keadaan di lapangan dan didukung oleh pernyataan peneliti

terdahulu bahwasannya seiring perkembangan teknologi di era serba digital para pelaku UMKM dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman dalam mengembangkan usahanya dan mampu bersaing dengan kompetitornya. Namun keterbatasan akibat masih banyak pelaku usaha kecil yang belum menerapkan pembukuan atau laporan keuangan, penggunaan teknologi dan penerapan sistem informasi akuntansi menjadi hambatan dan tantangan bagi para pelaku usaha terutama usaha mikro, kecil dan menengah khususnya di Kecamatan Metro Timur.

Berdasarkan fenomena dan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *digital payment* dan penggunaan sistem informasi akuntansi pada peningkatan volume penjualan UMKM. Oleh sebab itu peneliti hendak melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Digital Payment*, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM *Fashion* Di Kecamatan Metro Timur)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang hendak diteliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah *digital payment* berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan usaha?
2. Apakah penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan usaha?
3. Apakah *digital payment* dan penggunaan sistem informasi akuntansi akan berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan volume penjualan usaha?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *digital payment* terhadap peningkatan volume penjualan usaha.
2. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap peningkatan volume penjualan usaha.

3. Untuk mengetahui apakah *digital payment* dan penggunaan sistem informasi akuntansi akan berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan volume penjualan usaha.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain sebagai berikut:

1. Bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan pengetahuan tambahan mengenai *digital payment* dan penerapan sistem informasi akuntansi terhadap peningkatan volume penjualan usaha, yang harapannya nantinya dapat membantu UMKM dalam menyusun strategi untuk memaksimalkan pendapatan melalui peningkatan volume penjualan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang lebih mendalam serta sebagai dasar bagi penelitian selanjutnya terkait peningkatan volume penjualan.

3. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan penulis mengenai penelitian mengenai *digital payment* dan penerapan sistem informasi akuntansi terhadap peningkatan volume penjualan usaha sebagai upaya implementasi teori dan konsep yang telah dipelajari selama menempuh perkuliahan.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sifat Penelitian : Penelitian Kuantitatif.
2. Populasi Penelitian : Pelaku UMKM *Fashion* di Kecamatan Metro Timur berjumlah 97 UMKM.
3. Sampel Penelitian : Pelaku UMKM *Fashion* di Kecamatan Metro Timur berjumlah 68 UMKM.
4. Objek Penelitian : *Digital payment* (X1), Penggunaan sistem informasi Akuntansi (X2), Peningkatan volume penjualan usaha (Y).
5. Lokasi Penelitian : Kecamatan Metro Timur.