

**PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY*, KEPUASAN KONSUMEN DAN
PENGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA BISNIS
UMKM
DI KOTA SEMARANG**

Skripsi

Diajukan guna memenuhi syarat
Memperoleh Gelar Studi Sarjana Akuntansi (S.Ak)



Disusun oleh :

**BAGUS AREZA FAHRUL FANI
31401900029**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI
PROGEAM STUDI S1 AKUNTANSI
2023**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY*, KEPUASAN KONSUMEN DAN
PENGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA BISNIS
UMKM
DI KOTA SEMARANG**

Disusun Oleh:

Bagus Areza Fahrul Fani
NIM : 31401900029

Telah disetujui oleh pembimbing
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Pembimbing


Sri Dewi Wahyundaru, S.E., M.Si., Ak., CA., ASEAN CPA., CRP.

NIK. 211492003


Penguji 1


Natta Najihah, SE, Msc
NIK. 211418029

Penguji 2


Ahmad Hijri Alfian SE., M.si
NIK. 211421032

Ketua Program Studi S1 Akuntansi



Provita Wijayanti, SE., M.Si., Ak., CA
NIK. 211403012

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Bagus Areza Fahrul Fani

NIM 31401900029

Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "**PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY, KEPUASAN KONSUMEN DAN PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM DI KOTA SEMARANG**". merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarism atau dipublikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip berdasarkan cara yang baik sesuai dengan kode etik atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran kode etik ilmiah dalam penyusunan artikel penelitian skripsi ini.

Semarang, 07 September 2023

Yang Menyatakan,



Bagus Areza Fahrul Fani
NIM 31401900029

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bagus Areza F.F

NIM : 31401900029

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul **“PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY, KEPUASAN KONSUMEN DAN INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM DI KOTA SEMARANG”** dan menyetujui menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang serta memberikan hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama mencantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh . apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran hak cipta,/plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Semarang, 07 September 2023



Bagus Areza Fahrul Fani

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bagus Areza F.F

NIM : 31401900029

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul **“PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY, KEPUASAN KONSUMEN DAN INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM DI KOTA SEMARANG”** dan menyetujui menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang serta memberikan hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama mencantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh . apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran hak cipta,/plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Semarang, 07 September 2023



Bagus Areza Fahrul Fani

Skripsi ini merupakan sebuah karya saya yang di tulis sejak Mei 2022 dan di selesaikan pada Agustus 2023. Skripsi ini adalah saksi bisu atas perjuangan yang berdarah-darah ini : kesendirian, ketidakotentikan, keterasingan, pengkhianatan, dan ketidakpastian hidup adalah suatu keniscayaan bagi saya, namun (masih) suatu kemungkinan bagi manusia pada umumnya.

Pada fase dewasa ini, kadangkala kita lupa akan arti kebaikan, kebenaran, kesetiaan, persahabatan, ketenangan dan cinta, karena terlalu banyak penderitaan yang kita peroleh. Tetapi satu hal yang harus diingat, “ *dunia tidak pernah kekurangan orang-orang baik, hanya saja kita yang terlalu sering bertemu orang-orang jahat*” _ Bagus Areza F.F



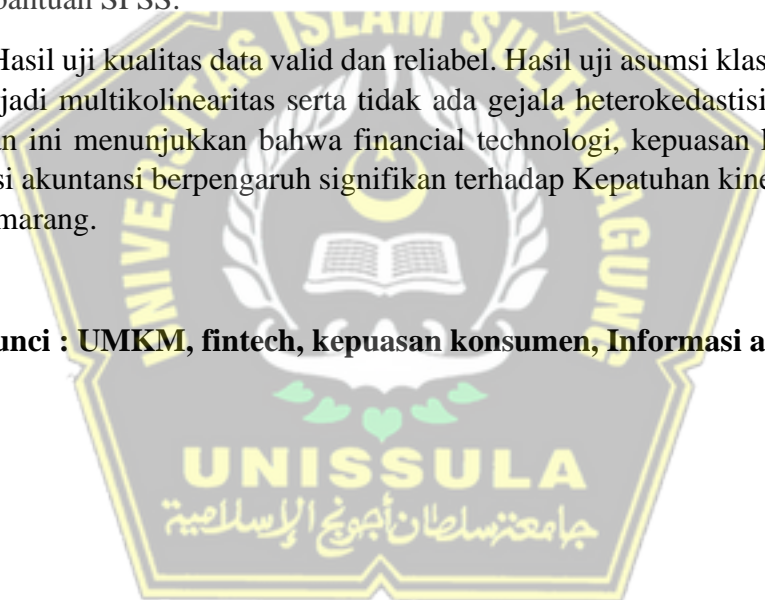
ABSTRAK

Pengaruh Financial teknologi, kepuasan konsumen dan informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang. Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang berkembang begitu pesat dari tahun ke tahun telah merubah banyak hal dalam UMKM khususnya pada hal yang menyangkut teknologi, bagi pelaku usaha tersebut teknologi sangat penting guna meringankan beban kerja dan supaya lebih efektif dan efisien, fintech sangat mempengaruhi UMKM pada era digital saat ini. Dalam menjalankan usahanya para pelaku UMKM sangat terbantu adanya teknologi sehingga para konsumen semakin puas berbelanja di UMKM di kota Semarang, sehingga ini akan mempengaruhi kinerja UMKM di kota Semarang.

Jenis penelitian kuantitatif. Populasi UMKM di Kota Semarang sampel normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas. Uji hipotesis menggunakan uji t. Analisis regresi linier berganda menggunakan uji koefisien determinasi dengan bantuan SPSS.

Hasil uji kualitas data valid dan reliabel. Hasil uji asumsi klasik data normal tidak terjadi multikolinearitas serta tidak ada gejala heterokedastisitas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa financial teknologi, kepuasan konsumen dan informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan kinerja UMKM di Kota Semarang.

Kata Kunci : UMKM, fintech, kepuasan konsumen, Informasi akuntansi



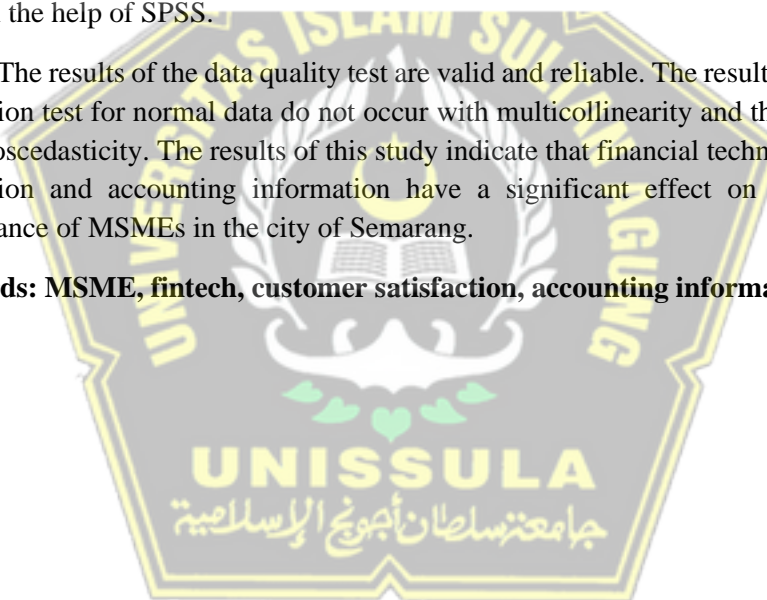
ABSTRACT

The influence of financial technology, consumer satisfaction and accounting information on the performance of MSMEs in Semarang City. Micro, Small and Medium Enterprises which are growing so rapidly from year to year have changed many things in MSMEs, especially in matters relating to technology, for these business actors technology is very important to lighten the workload and to make it more effective and efficient, fintech greatly influences MSMEs in this era. current digital. In running their business, MSME players are greatly assisted by technology so that consumers are more satisfied with shopping at MSMEs in the city of Semarang, so this will affect the performance of MSMEs in the city of Semarang.

This type of quantitative research. The MSME population in Semarang City is a sample of normality, multicollinearity test, heteroscedasticity test. Test the hypothesis using the t test. Multiple linear regression analysis using the coefficient of determination test with the help of SPSS.

The results of the data quality test are valid and reliable. The results of the classical assumption test for normal data do not occur with multicollinearity and there are no signs of heteroscedasticity. The results of this study indicate that financial technology, customer satisfaction and accounting information have a significant effect on the compliance performance of MSMEs in the city of Semarang.

Keywords: MSME, fintech, customer satisfaction, accounting information



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY, KEPUASAN KONSUMEN DAN INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM DI KOTA SEMARANG”.

Skripsi ini di susun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, bantuan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Heru Sulistyono SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu Provita Wijayanti SE., M.Si., Ak., CA selaku ketua Jurusan Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Sri Dewi Wahyundaru, SE., M.Si., Ak., CA., ASEAN CPA., CRP. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing dengan sabar, semangat, memberi pengertian, motivasi, kritik arahan serta saran sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Seluruh civitas akademik Fakultas Ekonomi Unissula yang telah ikut andil dalam penelitian ini.
5. Kedua orang tua hebat saya Bapak Sholihin dan Ibu Siti Sholehah, dan kedua adik hebat saya Bintang dan Ayu peneliti mengucapkan banyak terimakasih atas doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang selalu diberikan yang tak pernah ada habisnya.
6. Teman saya tercinta Ahvyan Taqi Illahisyah dan Anis Kurniawan Pratama yang selalu memberikan semangat, serta mau mendengarkan keluh kesah saya selama mengerjakan penelitian ini,
7. Dan semua team kontrakan haram, Iqbal, Andhika, Ardi dan Roi bavi terimakasih untuk support dan bantuannya serta semangat yang di berikan kepada peneliti sehingga penelitian ini bisa selesai.
8. Serta seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan proposal ini yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah Ta'ala, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semarang, 07, Agustus 2023



Bagus Areza Fahrul Fani
NIM. 31401900029

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah.....	6
1.3.Tujuan Penelitian	7
1.4.Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. <i>Grand Theory</i>	9
2.1.1 Teori <i>Resource Based Theory</i>	9
2.1.2 Teori Pemberdayaan Ekonomi.....	9
2.2. Variabel Penelitian	11
2.2.1 <i>Financial Technology (Fintech)</i>	11

2.2.2	Kepuasan konsumen.....	14
2.2.3	Informasi Akuntansi.....	19
2.2.4	Kinerja bisnis UMKM	23
2.3.	Penelitian Terdahulu	28
2.4.	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis.....	34
2.4.1	Pengaruh <i>Financial Technology</i> terhadap kinerja bisnis UMKM .	34
2.4.2	Pengaruh kepuasan konsumen terhadap kinerja bisnis UMKM....	35
2.4.3	Pengaruh Informasi Akuntansi terhadap kinerja bisnis UMKM ...	37
2.5.	Kerangka Penelitian	38
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1.	Jenis Penelitian.....	40
3.2.	Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1.	Populasi.....	40
3.2.2.	Sampel.....	41
3.3.	Sumber data dan Jenis data.....	42
3.4.	Metode pengumpulan data	42
3.5.	Variabel dan Indikator	43
3.5.1.	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.5.2	Indikator Pengukuran Variable	45
3.6	Teknik Analisi Data	47
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif	47

3.6.2. Uji Kualitas Data.....	47
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.6.5 Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	56
4.3 Uji Kualitas Data.....	58
4.3.1 Uji Validitas.....	58
4.3.2 Uji Reliabilitas	60
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.4.1 Uji Normalitas.....	61
4.4.2 Uji Multikolinearitas	62
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	63
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.6 Uji Kebaikan Modal.....	66
4.6.1 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	66
4.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	67
4.7 Pengujian Hipotesis	68
4.7.1 Uji Parsial (Uji Statistik t).....	68
4.8 Pembahasan.....	69

BAB V PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
5.3 Keterbatasan Penelitian	74
5.4 Implikasi Penelitian.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	80



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kriteria UMKM	27
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Linkert.....	43
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel	45
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	52
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan	54
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Usaha Yang Dijalani	55
Tabel 4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tenaga Kerja	55
Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Statistika F	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	67
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	80
Lampiran 2 Rekap Data Variabel Financial Technology	88
Lampiran 3 Rekap Data Variabel Kepuasan Konsumen.....	90
Lampiran 4 Rekap Data Variabel Informasi Akuntansi.....	93
Lampiran 5 Rekap Data Variabel Kinerja Bisnis UMKM.....	96
Lampiran 6 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner	98
Lampiran 7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	98
Lampiran 8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	99
Lampiran 9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan	99
Lampiran 10 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Usaha Yang Dijalani .	100
Lampiran 11 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.....	100
Lampiran 12 Hasil Uji Validitas Financial Technology	101
Lampiran 13 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	102
Lampiran 14 Hasil Uji Validitas Informasi Akuntansi	102
Lampiran 15 Hasil Uji Validitas Kinerja bisnis UMKM	103
Lampiran 16 Hasil Analisis Uji Validitas	103
Lampiran 17 Hasil Uji Reliabilitas Financial Technology	104
Lampiran 18 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen	105
Lampiran 19 Hasil Uji Reliabilitas Informasi Akuntansi	105
Lampiran 20 Hasil Uji Reliabilitas Kinerja Bisnis UMKM.....	105
Lampiran 21 Hasil Analisis Uji Reliabilitas	105
Lampiran 22 Hasil Uji Normalitas	106
Lampiran 23 Hasil Uji Multikolinearitas	106
Lampiran 24 Hasil Uji Heterokedastisitas	106
Lampiran 25 Analisis Regresi Linier Berganda	107



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasca pandemi Covid – 19 yang terjadi di hampir seluruh negara memiliki dampak yang cukup signifikan pada semua aspek di dunia, termasuk salah satunya Indonesia, Hal ini mempengaruhi banyak hal, di antaranya berdampak terhadap kesehatan, pendidikan, sosial masyarakat dan pada aspek perekonomian masyarakat. Kebijakan pemerintah untuk memberhentikan penyebaran covid 19 di Indonesia masih terus di jalankan. Dengan demikian hal ini perlu beberapa strategi solutif untuk memulihkan kembali dengan berbagai macam penyesuaian sistem baru, salah satu yang terkena dampak perubahannya adalah star up yang bergerak dibidang jasa keuangan dan makanan khususnya UMKM,

Dampak pasca pandemi covid 19 ini sangat berpengaruh kepada UMKM khususnya di kota Semarang, dapat dilihat dari sisi penawaran dan sisi permintaan. Dari penawaran pasca pandemi covid-19 menyebabkan banyak UMKM mengalami penurunan penghasilan maupun omzet, hal ini dikarenakan menurunnya ekonomi Indonesia karena dampak pasca pandemi yang menyerang Indonesia di beberapa tahun terakhir ini. Hal ini menjadi salah satu tantangan terbesar bagi pelaku UMKM di Indonesia untuk terus mampu bertahan dalam membantu perekonomian baik dalam skala mikro maupun makro.

Perkembangan dunia ekonomi saat ini merupakan hal yang mempunyai peran penting dalam keberlangsungan suatu negara, begitupun dengan indonesia.

Perkembangan Ekonomi dapat diartikan sebagai berubahnya kondisi ekonomi suatu Negara dari waktu ke waktu yang terjadi secara berkesinambungan menuju arah yang lebih maju dan lebih baik. Berbagai usaha terus ditempuh untuk memperbaiki sektor perekonomian Indonesia, salah satunya peran dari sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Chusnah & Indriana, 2021)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau sering disebut UMKM adalah kegiatan usaha yang dikelola oleh orang atau sekelompok orang dengan sejumlah modal tertentu dan mendirikan usaha dengan tujuan untuk mendapatkan laba dengan kemampuan mengembangkan bisnis yang fleksibel. UMKM jika diartikan adalah suatu usaha diberbagai bidang yang memiliki skala, jumlah modal, aset dan jumlah tenaga kerja tidak terlalu banyak atau cenderung terbatas. UMKM sebagai sektor dengan modal yang tidak terlalu besar, ternyata mempunyai peran yang cukup strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM tetap mampu bertahan disaat perusahaan terancam bangkrut dan perekonomian memburuk. Dengan begitu keberadaan UMKM diharapkan bisa mendorong perekonomian dalam keadaan apapun.

Selanjutnya, Sugiri (2020) menyatakan bahwa keberhasilan kebijakan penyelamatan UMKM dari dampak pasca pandemi COVID-19 perlu didukung strategi jangka pendek dan jangka panjang. Strategi jangka pendek yaitu memberikan dorongan layanan digital terhadap para pelaku UMKM, sedangkan strategi jangka panjang yaitu berkaitan dengan rancangan peta jalan pengembangan UMKM; membangun teknologi digital sebagai platform dalam proses bisnis UMKM; dan pengembangan model bisnis UMKM modern. Secara tidak langsung

peran digital dalam bisnis UMKM sangat dibutuhkan di masa pandemi ini. Hasil penelitian itu hampir sama dengan yang dilakukan oleh Astuti, dkk (2020) yang menyatakan bahwa digitalisasi UMKM merupakan peluang dalam memasarkan produk UMKM. Pemasaran produk UMKM akan lebih efektif dan efisien melalui pemanfaatan perkembangan teknologi saat ini. Produk UMKM sudah selayaknya berjalan bergandengan dengan perkembangan teknologi. Mohsin Shafi, dkk (2020) membahas lebih luas lagi mengenai strategi UMKM di masa Pandemi. Dalam penelitian mengenai dampak pasca pandemi COVID-19 terhadap UMKM di Indonesia, ia menyatakan bahwa UMKM perlu terus berinovasi dengan berbagai kondisi, semakin kesini UMKM di Indonesia khususnya di kota Semarang harus terus memiliki inovasi supaya semakin berkembangnya bisnis UMKM supaya para konsumen menjadi semakin puas berbelanja produk produk dalam negeri maupun dalam daerah, seperti yang beberapa waktu lalu di galangkan pak Ganjar pranowo selaku Gubernur Jawa Tengah dengan tajuk RANGKUL (Rakyat Semarang kuliner) yang di lakukan di Kota lama Semarang pada Agustus 2022 kemarin.

Dalam rangka meningkatkan kinerja UMKM maka UMKM membantu sebagai regulator untuk senantiasa meningkatkan kinerja UMKM, dan tentunya pemerintah harus bahu membahu membuat UMKM di kota Semarang ini menjadi baik lagi ,salah satunya dengan membuat konsumen senang dan meningkatkan lagi kualitas dari UMKM tersebut. Kualitas merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan

durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Pelanggan mendefinisikan kualitas dengan berbagai cara melalui pemenuhan harapan pelanggan. Mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan produk dan jasa memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kualitas (produk) dan kepuasan konsumen merupakan faktor kunci kinerja UMKM. Kepuasan konsumen umumnya didefinisikan sebagai perasaan atau penilaian oleh konsumen terhadap produk atau layanan yang telah mereka gunakan. Kepuasan konsumen bisa berarti hal yang sangat berbeda antar konsumen, misalnya faktor waktu pengiriman, harga, kesesuaian, profesionalisme, konsumen memiliki tanggapan atau permintaan yang berbeda antar konsumen, kualitas dapat dikaitkan dengan kepuasankonsumen, atau lebih tepatnya tingkat kualitas ditentukan oleh tingkat kepuasan konsumen. Semakin konsumen puas maka semakin baik pula kinerja UMKM nya sehingga perkembangan UMKM dan keuangan di kota Semarang itu akan semakin membaik

Perbedaan penelitian ini sama penelitian terdahulu adalah adanya kolaborasi antar variabel pada masing- masing penelitian. Pada penelitian yang dilakukan Sari, dkk (2019) tentang financial technology di kolaborasikan dengan penelitian (Ni Made Marta Yani dkk, 2021)) tentang informasi akuntansi dan variable dependen nya adalah kinerja

Pada penelitian Sari, dkk (2019) menemukan bahwa *financial technology* berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis UMKM berdasarkan hal tersebut para

pelaku UMKM dapat memanfaatkan *financial technology* dalam membangun bisnis mereka supaya menjadi mudah dan lebih praktis.

financial technology di Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdapat beberapa indikator, antara lain: Pinjaman Modal, dimana perusahaan berperan dalam memberikan layanan berupa produk pinjaman modal dengan menggunakan mekanisme yang lebih sederhana dan mudah jika dibandingkan dengan lembaga keuangan perbankan. Hal ini terlihat dari tidak diperlukan adanya jaminan dalam pengajuan pembiayaan serta konsumen atau pihak yang membutuhkan dana hanya diminta untuk melengkapi data layanan yang disediakan *fintech*

Sedangkan penelitian dari Ni Made dkk, (2021) menemukan bahwa informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis UMKM, berdasarkan hal maka pelaku UMKM dapat menggunakan informasi akuntansi untuk mengambil sebuah keputusan yang tepat dan untuk keberhasilan usahanya maupun keputusan pengembangan pasar, penetapan harga, dan keputusan investasi. Selain itu, informasi akuntansi sangat dibutuhkan dan sangat penting untuk diterapkan agar usaha yang dikelola dapat diketahui perkembangan kondisi usahanya yang salah satunya adalah kondisi keuangan perusahaan. Tentu hal ini akan berdampak terhadap peningkatan kinerja.

Perbedaan selanjutnya dalam penelitian ini adalah adanya variabel independen yang ditambahkan yaitu kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen di tambahkan dalam penelitian ini karena dianggap turut berperan dalam mempengaruhi kinerja bisnis UMKM.

Penambahan variable ini mengacu pada penelitian Ismanto, (2018).

Ismanto, (2018) melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen dan kinerja keuangan terhadap UKM di kabupaten Jepara. Pada penelitian tersebut kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Dimana kepuasan konsumen terdiri dari beberapa indikator yaitu kepuasan konsumen keseluruhan, konfirmasi harapan, minat pembelian ulang, kesediaan untuk merekomendasikan, ketidakpuasan konsumen. Hasil ini mengisyaratkan kepuasan konsumen salah satu faktor yang berperan penting sukses atau tidaknya suatu kinerja dalam bisnis UMKM, semakin puasnya konsumen maka bisa dikatakan semakin baik nya kinerja dari bisnis UMKM tersebut. Sebaliknya jika konsumen merasa di kecewakan maka akan berpengaruh dengan buruknya kinerja dari bisnis UMKM tersebut.

Untuk menghasilkan kinerja UMKM yang baik tentunya UMKM harus memperhatikan permasalahan yang ada dan mencari solusi yang terbaik. Dalam hal ini UMKM harus memperhatikan beberapa aspek yang bisa mempengaruhi keberhasilan kinerja UMKM sendiri, mulai dari masalah *Financial Technology*, kepuasan konsumen hingga informasi akuntansi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penelitian ini memiliki permasalahan yang dapat di rumuskan sebagai berikut :

1. Sejauh mana pengaruh *financial technology* terhadap kinerja bisnis UMKM di Kota Semarang
2. Sejauh mana kepuasan konsumen mempengaruhi kinerja UMKM di Kota Semarang

3. Sejauh mana informasi akuntansi mempengaruhi kinerja bisnis UMKM di kota Semarang

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan mendapatkan bukti empiris bagaimanakah *fintech*, kepuasan konsumen dan informasi akuntansi terdapat pengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM
2. Untuk mengetahui dan mendapatkan bukti empiris bagaimanakah perkembangan bisnis UMKM terdapat pengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis penelitian ini pada ilmu ekonomi akuntansi adalah sebagai berikut :

Adapun manfaat dari penelitian ini dapat diharapkan agar pembaca dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan mengimplementasikan pengetahuan tersebut dalam bidang bisnis. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan terutama dibidang ilmu akuntansi yang berkaitan dengan pengaruh *Financial Technology*, informasi akuntansi dan perkembangan bisnis UMKM untuk meningkatkan kinerja bisnis UMKM di Kota Semarang.

2. Manfaat Praktis penelitian ini pada ilmu ekonomi akuntansi adalah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan atau pertimbangan bagi pelaku usaha khususnya UMKM untuk bisa mengembangkan usahanya serta dapat membantu meningkatkan pemahaman tentang akuntansi yang memiliki pengaruh dalam meningkatkan kinerja bisnisnya supaya berjalan dengan baik dan mampu bersaing dengan UMKM yang ada saat ini.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Grand Theory

2.1.1 Teori Resource Based Theory

Resources Based Theory (RBT) adalah suatu teori yang dikembangkan guna menggambarkan sebuah keunggulan bagi perusahaan yang menyatakan bahwasanya keunggulan bersaing akan tercipta apabila sebuah perusahaan mempunyai sumber daya profesional yang tidak ada di perusahaan lainnya. Teori ini mengulas bagaimana perusahaan mampu memanfaatkan dan mengatur sumber daya yang ada. Dimana berupa aset berwujud maupun aset tidak berwujud. Salah satunya aset tidak berwujud adalah *intellectual capital*. RBT ini memperjelas jika perusahaan yang dapat mengendalikan *intellectual capital* secara optimal dalam hal ini semua sumber daya yang ada di perusahaan, baik *structural capital* maka, *capital employed* maupun karyawan (*human capital*), akan mampu menciptakan *value added* untuk perusahaan. kesimpulan dari teori ini adalah bagaimana perusahaan menciptakan nilai tambah (*value added*) dengan mengelola *intellectual capital* yang ada di perusahaan.

2.1.2 Teori Pemberdayaan Ekonomi

Suatu teori pemberian kesempatan atau memfasilitasi kelompok agar mereka memiliki aksesibilitas terhadap sumberdaya, berupa modal, teknologi, informasi, dan jaminan pemasaran, agar mereka mampu memajukan dan mengembangkan usahanya, sehingga memperoleh perbaikan pendapatan serta perluasan kesempatan kerja demi perbaikan kehidupan dan kesejahteraan.

Pemberdayaan adalah suatu kegiatan yang berkesinambungan untuk mendorong keterlibatan semua potensi yang ada. Pemberdayaan ekonomi dalam masyarakat bertujuan untuk memperkuat perekonomian dimasyarakat serta memiliki daya saing yang tinggi dalam mekanisme pasar (Nafik, 2016). UMKM menjadi salah satu pelaku usaha yang menentukan tujuan untuk memperkuat perekonomian dimasyarakat, yang bermanfaat untuk masyarakat itu sendiri. Dengan UMKM dapat memahami tata cara mengelola modal dengan baik, tata cara memasarkan produk dengan kreatif dan lain-lain. Teori ini mendasari tentang UMKM dan modal dalam UMKM karena kegiatan pokok yang akan dilaksanakan melalui program UMKM salah satunya adalah sumber pembiayaan modal, pemerataan pendapatan, peningkatan pertumbuhan ekonomi, serta dapat mengurangi kemiskinan di masyarakat. Pemerintah dan swasta juga dapat menyediakan peminjaman pembiayaan melalui perbankan, koperasi, lembaga keuangan, lembaga keuangan mikro, dan lain-lain.

Struktur modal usaha menyatakan bahwa penggunaan yang lebih tinggi dari pembiayaan dalam kisaran tertentu atau disebut juga struktur modal sasaran, akan menghambat pertumbuhan suatu perusahaan. Hubungan positif atau negatif dari estimasi koefisien untuk *equity-to-asset* menunjukkan efisiensi suatu manajemen bank (Dori & Sari, 2016). *Equity to Asset Ratio* (EA) merupakan ukuran kekuatan modal secara keseluruhan, cukup dihitung dengan membagi total asset dengan ekuitas pemegang saham. Pelaku usaha dapat membuat struktur modal yang terdiri dari modal sendiri dan modal dari pihak eksternal (luar) agar modal tersebut dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan setiap produksi. Pengelolaan modal harus

dilakukan dengan terperinci agar proses produksi terus berjalan dan perkembangan bisnis tersebut dapat meningkat sesuai dengan target yang diinginkan.

Tujuan pemberdayaan UMKM menurut UU RI Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM bab III pasal 5 yaitu: (a) mewujudkan struktur pererkonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan; (b) menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha yang tangguh dan mandiri; (c) meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

2.2. Variabel Penelitian

2.2.1 *Financial Technology (Fintech)*

Istilah *Fintech* atau *financial technology* adalah penggabungan dari pengelolaan keuangan menggunakan sistem *technology*. *Fintech* telah menjadi perhatian masyarakat karena layanan ini menyediakan banyak fitur layanan dalam mempermudah dari sisi finansial seperti digunakan dalam lembaga keuangan koperasi, perbankan dan asuransi. *Fintech* didefinisikan sebagai langkah inovasi terhadap layanan keuangan menurut *National Digital Research Centre (NDRC)*.

Dalam arti layanan keuangan bahwa *Fintech* merupakan inovasi di sektor keuangan yang dipadukan dengan sentuhan teknologi-teknologi modern. Sebagai contoh Transaksi layanan *Fintech* meliputi berbagai macam transaksi seperti pembayaran, investasi, kredit online, transfer dan rencana keuangan.

Financial technology (Fintech) juga merupakan langkah inovasi dari sektor finansial yang terintergrasi dengan teknologi untuk menghasilkan fasilitas tanpa adanya perantara, mengubah metode perusahaan dalam menyediakan layanan dan produk, selain itu juga dapat memberikan privasi, regulasi dan tantangan hukum serta di mungkinkan dapat memberikan pertumbuhan yang inklusif (Wachyu & Winarto, 2020)

Financial technology (Fintech) adalah gabungan teknologi dengan jasa keuangan/ finansial yang akhirnya berkembang ke arah model bisnis dari konvensional menjadi online, yang awalnya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja (Wachyu & Winarto, 2020)

Perkembangan Fintech berlangsung selama tiga periode, yang dimulai periode pertama yang berlangsung pada tahun 1866-1967 dimana fase ini adalah perpindahan dari sistem keuangan analog menuju digital, pada periode ini muncul beberapa cikal bakal dari perkembangan Fintech, dimana pada saat itu konsumen dapat memesan berbagai produk melalui telepon, kemudian pada tahun 1950-an masyarakat amerika serikat diperkenalkan dengan kartu kredit.

Dilanjutkan dengan periode kedua 1967-2008 dimana pada fase ini adalah masa pengembangan keuangan digital tradisional dimulai dengan peluncuran *Automatic Teller Machine (ATM)* dimana perkembangan ini di dukung dengan perkembangan internet yang pesat. Kemudian periode ketiga

berlangsung pada tahun 2008 hingga saat ini, dimana perkembangan teknologi dan internet semakin modern sehingga muncul berbagai platform yang menawarkan berbagai layanan keuangan secara online, yang merupakan bentuk *Fintech* masa kini.

Sementara itu, *Fintech* di Indonesia mulai berkembang dari tahun 2006 dengan jumlah perusahaan pada awalnya hanya empat perusahaan saja dan berkembang menjadi 16 perusahaan di tahun 2007. Perkembangan signifikan terjadi pada tahun 2015 hingga 2016 dimana jumlah perusahaan yang menjalankan model bisnis *Fintech* sekitar 165 perusahaan Aam Slamet, dkk (2018).

Menurut (Wachyu & Winarto, 2020) Industri *Fintech* dapat berkembang karena beberapa faktor diantaranya:

1. Adanya perubahan pola pikir konsumen

Perubahan ini ditandai dengan kebutuhan yang semakin banyak dalam masyarakat tetapi masyarakat ingin mendapatkan dengan cara yang praktis dan mudah. Hal ini mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan *Fintech* untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara yang instan dan mulai meninggalkan sistem konvensional yang harus datang kepada penjual.

2. Kemajuan digital Digitalisasi

merupakan perubahan dari sistem yang lama yang belum modern. Di era sekarang ini digitalisasi sudah digunakan di banyak produk untuk keperluan masyarakat. Seperti halnya pada smartphone yang semakin canggih dan sudah

menyebarkan di masyarakat akan memudahkan masyarakat dalam membantu kegiatan dan kebutuhannya

3. Perubahan tren

Perkembangan dan inovasi yang dilakukan secara cepat dan terus menerus mendorong perubahan dan percepatan dalam sebuah trend di masyarakat.

4. Akses yang semakin mudah

Keterbukaan layanan dan sistem informasi akan semakin memberikan akses yang mudah dalam bertransaksi. Perkembangan akses ini diawali oleh perkembangan technology yang akan membuka pangsa pasar baru.

5. Dukungan kebijakan dari pemerintah

Dalam hal ini pemerintah memberikan kebijakan dalam pengawasan merupakan hal yang penting untuk membantu memajukan industri Fintech dan memberikan dorongan untuk terus berkembang. Di Indonesia lembaga yang memberikan otoritas terhadap pengawasan Fintech di lembaga keuangan adalah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (Diah Rahayu, 2020)

2.2.2 Kepuasan konsumen

Sebuah usaha dikatakan berhasil jika salah satunya faktornya adalah konsumen merasa puas berbelanja di toko atau outlet kita, Karena hakekatnya di dalam jual beli konsumen adalah raja yang harus di utamakan.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau produk yang dirasakan serta diharapkan. Jadi, kepuasan merupakan fungsi perbedaan kinerja yang dirasakan dan harapan Agung akbar, (2020)

Ciri – ciri konsumen yang puas yaitu

1. Loyal terhadap produk, konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama
2. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif , hal ini dapat berupa rekomendasi pada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk yang mereka beli.
3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain, hal ini merupakan proses kognitif ketika adanya kepuasan Agung akbar, (2020)

2.2.2.1 Aspek-aspek kepuasan konsumen

Menurut Manurung (2009), terdapat beberapa aspek atau karakteristik dari kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut

1. Expectations

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas

2. Performance

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

3. *Comparison*

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

4. *Confirmation/disconfirmation*

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. Confirmation terjadi bila harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya disconfirmation terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi confirmation/disconfirmation

2.2.2.2. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Menurut (Kurnia & Suwiknyo, 2018) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk

memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan terutama di bidang jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh. Bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merk tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga

5. Kemudahan dan Biaya

Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas bila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan. Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu

2.2.2.3 Strategi meningkatkan kepuasan konsumen

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap produsen/lembaga penyedia layanan. Selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup lembaga tersebut, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk/jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali dan mengajak calon pelanggan baru untuk menggunakan jasa yang telah mereka rasakan kepuasan kinerja pelayanannya.

Menurut Manurung (2009) ada beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, antara lain sebagai berikut

1. **Mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan.** Yaitu dengan cara melakukan penelitian untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan. Mengetahui apa yang diinginkan pelanggan atas suatu produk atau jasa akan memudahkan perusahaan/lembaga dalam mengkomunikasikan produk/layanan jasa kepada sasaran pelanggannya.

2. **Mengetahui proses pengambilan keputusan dalam membeli.** Dengan mengetahui tipe pengambilan keputusan pengambilan keputusan pelanggan dalam memilih dan menggunakan layanan jasa, pihak penyedia jasa dapat memprediksi faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan pembelian dan memilih cara pelayanan pelanggan yang tepat.
3. **Membangun citra lembaga.** Lembaga perlu memperhatikan proses informasi yang membentuk persepsi pelanggan terhadap layanan yang telah diberikan. Persepsi positif atau negatif sangat tergantung pada informasi yang diterima pelanggan atas jasa pelayanan yang telah diberikan oleh lembaga.
4. **Membangun kesadaran akan pentingnya kepuasan pelanggan.** Membangun kesadaran harus diimplementasikan dalam tindakan nyata bahwa semua unit/bagian yang ada dalam lembaga bertanggung jawab untuk memuaskan pelanggan. Jika kepuasan pelanggan menjadi motivasi setiap unit/bagian dalam lembaga/organisasi, maka pembentukan citra lembaga juga akan maksimal.

2.2.3 Informasi Akuntansi

Suatu pengambilan keputusan usaha yang efektif diperlukan adanya informasi yang dihasilkan oleh catatan-catatan akuntansi. Para pelaku UMKM harus dapat membaca dan menafsirkan setiap informasi akuntansi yang dihasilkan agar informasi akuntansi yang digunakan didalam pengambilan keputusan usaha menjadi sangat tepat, oleh karena itu para pelaku UMKM dituntut mampu meningkatkan pengetahuan tentang informasi akuntansi. Terdapat berbagai macam pendapat tentang pengertian informasi akuntansi, Safitri (2018) informasi adalah hasil olahan data yang bermanfaat bagi pengguna informasi akuntansi.

Termasuk juga dalam kegiatan informasi ini adalah persiapan pencetakan laporan pemeriksaan hasil informasi sebelum dipublikasikan kepada pemakai serta kegiatan penyebaran informasi tersebut kepada para pemakai terkait.

Informasi akuntansi juga berguna dalam rangka menyusun berbagai proyeksi misalnya: proyeksi kebutuhan uang kas di masa yang akan datang, mengontrol biaya, mengukur produktivitas, meningkatkan produktivitas dan memberikan dukungan terhadap proses produksi. Salah satu informasi kuantitatif yang sering digunakan adalah informasi akuntansi. Informasi akuntansi sendiri dibagi menjadi tiga yaitu: informasi operasi, informasi akuntansi keuangan dan informasi akuntansi manajemen

2.2.3.1 Pengertian Penggunaan Informasi Akuntansi

Pemakai informasi akuntansi terbagi menjadi 2 kelompok besar eksternal serta internal, pengguna eksternal mencakup pemegang saham, investor kreditor, pemerintah pelanggan serta distributor, pesaing perseroan pekerjaan serta rakyat umum. Pengguna ekstern menerima serta bergantung pada beragam output dari sistem informasi akuntansi suatu lembaga. Jumlah output yang bersifat rutin. Seperti contoh transaksi pinjaman jual beli dengan suplier menciptakan output berbentuk pesanan pembelian, serta dari melihat informasi akuntansi organisasi bersangkutan.

Untuk sebab itu, penggunaan informasi akuntansi mencakup penggunaan informasi operasi, informasi akuntansi manajemen serta informasi akuntansi keuangan yang berguna buat melengkapi kebijakan yang ada, melaksanakan perencanaan, evaluasi dan pengambilan keputusan, dan untuk menaikkan

efektifitas pengambilan keputusan manajer UMKM. Penggunaan informasi akuntansi merupakan sistem, aturan kegiatan memanfaatkan serta penggunaan informasi akuntansi bagi pengambilan bisnis ekonomi di dalam memilih pilihan-pilihan diantara pilihan kegiatan. Pengguna informasi merupakan pemakai informasi baik pada saat organisasi (manajemen) maupun diluar organisasi yang membutuhkan informasi terbilang bagi beragam kebutuhan sebagai pengambilan kepastian, penetapan (konfirmasi) perkiraan maupun bagi sasaran kembali (Savitri & Saifudin, 2018).

Wibowo (2018) menyebutkan bahwa penggunaan informasi akuntansi adalah proses, cara perbuatan/menggunakan dan pemakaian informasi akuntansi untuk pengambilan usaha ekonomi dalam menentukan pilihan-pilihan di antara alternatif tindakan. Penggunaan informasi akuntansi yang berupa informasi operasi, informasi manajemen, dan informasi akuntansi keuangan dapat digunakan oleh pelaku UMKM untuk membantu dalam perencanaan usaha, mengontrol kegiatan usaha pengambilan keputusan dalam pengelolaan usaha, serta untuk melakukan evaluasi, sehingga dengan melakukan hal tersebut dapat digunakan untuk menunjang keberhasilan usaha (Christian, 2018). Ardana (2018) mengatakan pemakai informasi akuntansi adalah pengguna informasi akuntansi baik di dalam organisasi (manajemen) maupun di luar organisasi yang memerlukan informasi akuntansi untuk berbagai keperluan seperti pengambilan keputusan, penegasan (konfirmasi) prediksi untuk umpan balik

2.2.3.2 Manfaat Informasi Akuntansi

Manfaat informasi akuntansi bagi usaha kecil menengah menurut (Salam, 2019) adalah:

1. Sebagai dasar andal bagi pengambilan keputusan-keputusan dalam pengelolaan usaha, antara lain pengambilan keputusan pengembangan pasar, penetapan harga.
2. Sebagai pemenuhan kewajiban penyelenggaraan pencatatan akuntansi sebagaimana telah tersirat dalam undang-undang usaha kecil no.20 tahun 2008 dalam undang-undang perpajakan.
3. Sebagai bahan atau dasar untuk menilai kinerja perusahaan
4. Untuk mengetahui bagaimana perkembangan perusahaan, struktur modalnya dan besarnya keuntungan yang diperoleh pada suatu periode tertentu.
5. Sebagai bahan perencanaan dan pengendalian perusahaan
6. Sebagai bahan analisa kredit (pemberian kredit) bagi pihak bank.

Menurut Scot (2018) mengklarifikasikan informasi akuntansi dalam tiga jenis yang berbeda menurut manfaatnya bagi para pemakai, yaitu:

1. *Statutory Accounting Information*, merupakan informasi akuntansi yang harus disiapkan sesuai dengan peraturan yang ada.
2. *Budgetary Information*, yaitu informasi akuntansi yang disajikan dalam bentuk anggaran yang berguna bagi pihak internal dalam perencanaan, penilaian dan pengambilan keputusan.

3. *Additional Accounting Information*, yaitu informasi akuntansi lain yang disiapkan perusahaan guna meningkatkan efektifitas pengambilan keputusan manajer.

Informasi Akuntansi juga berguna dalam rangka menyusun berbagai proyeksi, misalnya:

1. Proyeksi kebutuhan uang kas di masa yang akan datang.
2. Mengontrol biaya.
3. Mengukur produktivitas.
4. Meningkatkan produktivitas.
5. Memberikan dukungan terhadap proses produksi

2.2.3.3 Indikator Penggunaan Informasi Akuntansi

Indikator penggunaan informasi akuntansi berdasarkan Safitri (2018) adalah:

1. Menggunakan informasi akuntansi untuk mengetahui jumlah produksi setiap hari.
2. Menggunakan informasi akuntansi untuk mengetahui penggajian/upah ke karyawan.
3. Menggunakan informasi akuntansi untuk meningkatkan produktivitas.
4. Mengetahui laporan keuangan.
5. Mengetahui jumlah penjualan.
6. Merencanakan kegiatan usaha

2.2.4 Kinerja bisnis UMKM

Perkembangan konsep kinerja yang sifatnya konvensional sampai dengan konsep yang sifatnya dianggap lebih modern dan mempunyai kemampuan lebih baik dalam

mengukur sebuah kinerja membuat pihak yang berkepentingan dengan perusahaan dapat melakukan evaluasi atau penilaian terhadap keinerja usahanya.

Menurut Afandi (2018:83) kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam satu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan organisasi secara legal. Kinerja bisnis ditujukan agar bisnis dapat tetap eksis, memperoleh laba, serta mengalami pertumbuhan dengan baik. Kinerja bisnis dapat dilihat dari tingkat penjualan, tingkat produktivitas, tingkat laba yang diperoleh, serta tingkat pengembalian modal. Dalam sebuah kinerja bisnis UMKM yang mana jika suatu usaha memiliki kinerja yang baik apabila tingkat produktivitas dalam menghasilkan produk meningkat, tingkat pendapatan yang dihasilkan meningkat, laba yang diperoleh meningkat, serta sumber daya manusia yang digunakan lebih berkompeten. Maka, kinerja tersebut dapat dikatakan telah menjadi suatu prestasi bagi pelaku usaha. Peningkatan tersebut harus dapat dipertahankan setiap tahunnya atau bahkan lebih ditingkatkan, agar usaha yang telah dikembangkan dapat mencapai kesuksesan.

Kinerja bisnis UMKM dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Fibriyani & Mufidah, 2018). Faktor eksternal sendiri yaitu seperti suasana lingkungan kerja, kebijakan pemerintah dan lain sebagainya. Adapun faktor internal yaitu seperti kecerdasan pada diri manusia dan kualitas sumber daya manusia.

Kinerja bisnis memiliki tiga aspek, yaitu 1) Aspek Keuangan (profit dan asset);
2) Sumber Daya Manusia (mengukur jumlah pegawai dan produktivitas pegawai

melalui jumlah volume produksi); 3) Aspek Pemasaran (omzet penjualan dan frekuensi terjadinya perubahan produk). Kinerja keuangan dapat diukur melalui: tingkat kemampuan memperoleh laba, tingkat pengembalian investasi, dan kemampuan mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan (Nuvriasari dan Udjang, 2015) dalam (Ismanto, 2018)

2.2.4.1 Pengukuran Kinerja Bisnis UMKM

Pengukuran kinerja bisnis menggunakan indikator yang mudah dan mampu memperlihatkan kondisi bisnis yang sebenarnya. Terdapat beberapa aspek untuk mengukur kinerja, secara umum terdiri atas keuangan dan non keuangan. Aspek keuangan dalam pengukuran kinerja bisnis ini yaitu meliputi pendapatan operasional, tingkat penjualan, tingkat keuntungan, dan pertumbuhan asset. Sedangkan untuk aspek non-keuangan pengukurannya dimaksudkan untuk memproyeksikan kondisi jangka panjang dari sebuah perusahaan yang dapat diukur melalui aspek pemasarannya seperti pangsa pasar, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen dan komplain dari konsumen ataupun dari aspek pertumbuhan organisasi (Wajdi,dkk 2018).

Dalam menentukan indikator, peneliti mengelompokan indikator-indikator penelitian terdahulu. Kemudian, peneliti menentukan indikator yang akan digunakan dengan memilih indikator yang paling banyak digunakan untuk mengukur variabel kinerja bisnis UMKM. Instrument pengukuran kinerja bisnis UMKM yang digunakan dalam penelitian didasarkan pada instrumen sebelumnya. Menurut Asyhari et al (2018), Arodi (2017), Aribawa (2016) Yanti (2019) yang

menggunakan indikator dimensi pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan dan antisipasi produk.

2.2.4.2 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas pada masyarakat. UMKM mampu berperan dalam proses pemerataan dan meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Definisi UMKM telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah 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.

Usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. UMKM merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia.

Masa depan pembangunan terletak pada kemampuan UMKM untuk berkembang mandiri.

2.2.4.3 Kriteria UMKM

Tabel 2.1 kriteria UMKM

NO	Usaha	Kriteria Aset	Kriteria Omset
1	Usaha Mikro	Maks 50jt	Maks 300jt
2	Usaha Kecil	>50Jt – 500jt	300jt – 2,5M
3	Usaha Menengah	50jt – 1 M	2,5M – 50M

Tabel di atas adalah penjelasan kriteria untuk usaha mikro, kecil dan menengah sesuai yang di jelaskan dalam Undang – Undang No 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Agung akbar,2020).

Menurut Undang – Undang No 20 tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang memiliki kriteria sebagai berikut :

- A. Usaha Mikro yaitu usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan perorangan yang memiliki kriteria sebagai berikut
- a) Memiliki kekayaan paling banyak Rp. 50.000.000 (Lima puluh juta rupiah) dan tidak termasuk aset lain seperti tanah, bangunan dll.
 - b) Memiliki omset atau penjualan tidak lebih dari Rp. 300.000.000 (Tiga ratus juta rupiah).

- B. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan tidak menjadi bagian dari anak perusahaan lain atau menjadi bagian cabang lain dari suatu perusahaan.
- a) Memiliki kekayaan bersih dari mulai Rp. 50.000.000 (Lima puluh juta) sampai Rp. 500.000.000 (Lima ratus juta) dan tidak termasuk Tanah, Bangunan dll atau
 - b) Memiliki omset penjualan pertahun sebanyak Rp. 500.000.000 (Lima ratus juta) sampai Rp. 2.500.000.000 (Dua Milyar lima ratus juta rupiah) (*Agung akbar, 2020*)
- C. Usaha Menengah yaitu Suatu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang bukan bagian dari cabang perusahaan atau anak perusahaan
- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau
Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah). (*Agung akbar, 2020*)

2.3. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu, sebagai salah satu referensi untuk penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul	Hasil
1.	(Ni Made Marta Yani, dkk 2021)	Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Penggunaan Informasi Akuntansi dan Pelatihan Terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Mataram	Penggunaan Informasi Akuntansi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, dengan adanya informasi akuntansi ini semakin mempermudah para pelaku UMKM di Kecamatan Mataram
2.	(Sari, Reza Wulan & Widodo, 2019)	Pengaruh literasi keuangan, modal manusia dan fintech terhadap kinerja UMKM di Kab Sleman	. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa financial literacy, human capital, dan financial technology berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sleman. Hal ini ditunjukkan dengan perhitungan SPSS dengan nilai signifikansi masing-masing variabel
3.	(Firdarini, 2019)	Pengaruh Pengalaman Usaha Dan Penggunaan	Hasil penelitian menunjukkan pengalaman usaha dan penggunaan informasi akuntansi

		Informasi Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Keberhasilan Usaha	berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM.
4.	(B. Rahardjo, Budi; Khairul, 2019)	Pengaruh fintech terhadap perkembangan UMKM di kota Magelang	. Fintech memiliki peran penting dalam kinerja UMKM yaitu berupa peningkatan efisiensi baik dari operasional ataupun efisiensi yang dinikmati oleh anggotanya. Fintech juga dapat digunakan sebagai market place dalam jenis UMKM produksi ataupun UMKM jual beli.
5.	(Ismanto, 2018)	Kepuasan konsumen dan kinerja keuangan UKM di Kab Jepara	Hasil penelitian pada UKM di Kabupaten Jepara menunjukkan bahwa variabel hubungan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung. Variabel kualitas produk juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan konsumen. Sedangkan variabel

			kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan
6.	(Agung akbar, 2020)	Pengaruh financial technology terhadap perkembangan bisnis UMKM melalui variabel intervening kepuasan konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel financial technology memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen. Variabel financial technology dan variabel kepuasan konsumen terhadap perkembangan UMKM tidak memiliki pengaruh signifikan. Sementara pengaruh tidak langsung dihasilkan 2,93%.
7.	(Wachyu & Winarto, 2020)	Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	Fintech sudah membuka akses pembiayaan usaha yang lebih mudah dan cepat dari lembaga perbankan dan koperasi simpan pinjam. Dan yang terakhir peranan Fintech dalam inklusi keuangan di UMKM adalah Fintech berkontribusi besar bagi pemberdayaan UMKM dan ekonomi lokal
8.	(Romadhon & Fitri, 2020)	Analisis Peluang dan Tantangan Penggunaan Financial Technology Sebagai Upaya optimalisasi Potensi UMKM	Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan tantangan dan peluang financial technology (fintech) terhadap perkembangan UMKM. Penelitian ini berupaya untuk menggambarkan subjek penelitian yaitu pelaku UMKM. UMKM harus

		(Studi Kasus UMKM di Gresik)	mempertimbangkan hambatan-hambatan yang dapat memengaruhi kesuksesan dalam menerapkan fintech. Disamping itu, terdapat pula peluang yang dapat digunakan oleh UMKM melalui fintech untuk memperluas bisnisnya, yaitu kemudahan dan ketertarikan yang ditawarkan oleh fintech
9.	(Wahyundaru, 2020)	Faktor yang menghambat kesiapan UMKM di kota Semarang dalam menerapkan SAK-ETAP	<p>1. Pemahaman UMKM terhadap penerapan SAK-ETAP merupakan sebuah pencatatan yang dilakukan terhadap jurnal pembelian dan penjualan yang bisa diterapkandengan kemauan dari UMKM dan pendampingan berkelanjutan dan kesinambungan dari Disperindag</p> <p>2. Pembuatan laporan keuangan yang baik sangat penting dalam pengembangan UMKM, oleh karena itu penerapan SAK-ETAP sangat dibutuhkan dalam pembuatan laporan keuangan.</p>
10.	(Indra Sukma Subagio et al., 2020)	Pengaruh e-commerce dan	Dari hasil pengujian dan pembahasan di atas, ditemukan bahwa

		<p>penggunaan informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM di Probolinggo</p>	<p>e-commerce tidak memberikan pengaruh terhadap kinerja penggiat UMKM di Purbalingga. Hal ini bisa terjadi karena pemahaman yang masih kurang dan penggunaan yang belum dimaksimalkan, sehingga belum memberikan dampak yang positif terhadap omzet penjualan yang didapatkan oleh penggiat UMKM di Purbalingga.</p>
--	--	--	---

Sumber: Berbagai literatur pendukung

Penelitian terdahulu merupakan referensi peneliti untuk melakukan penelitian kali ini, beberapa penelitian terdahulu di uraikan secara ringkas karena penelitian ini sedikit banyaknya mengacu pada sumber penelitian sebelumnya, maka dari itu peneliti meringkas inti poin penting dari penelitian terdahulu sebagai bahan acuan untuk penelitian kali ini.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah adanya kolaborasi antar variable pada masing-masing penelitian. Variable independen (*Financial technology*, informasi akuntansi) dan variable dependen (Kinerja bisnis UMKM) dalam penelitian terdahulu berbeda dengan penelitian kali ini, selain itu di kolaborasikan dengan variable independen (perkembangan bisnis UMKM), karena UMKM di Indonesia khususnya di kota Semarang mengalami banyak perubahan

pasca terjadinya pandemi COVID-19, UMKM di Kota Semarang mengalami banyak perkembangan di 2 tahun terakhir ini setelah terserang wabah COVID-19

2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

Kerangka pemikiran merupakan dasar dari sebuah penelitian yang dinyatakan dalam sebuah diagram garis yang memiliki hubungan atau pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Kerangka pemikiran dibuat dengan tujuan untuk mempermudah pemahaman mengenai sebuah penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini kerangka pemikirannya adalah bagaimana pengaruh *financial technology* terhadap kepuasan konsumen dan perkembangan bisnis UMKM

2.4.1 Pengaruh *Financial Technology* terhadap kinerja bisnis UMKM

Perkembangan teknologi dan informasi menghadirkan berbagai produk layanan untuk masyarakat. *Fintech* atau *Financial Technology* menjadi salah satu layanan daring yang saat ini banyak membantu masyarakat. Teknologi ini bergerak dalam industri keuangan dan ekonomi. Berbagai jenis *Fintech* hadir untuk membantu masalah keuangan dan kewirausahaan masyarakat. Sistem dan layanan yang mudah dan cepat, membuat *Fintech* semakin diminati

Era digital saat ini telah menuntut adanya perubahan dalam segala bidang, salah satunya adalah dalam bidang keuangan. Pada era ini juga membuat semakin banyak masyarakat Indonesia untuk beralih menggunakan metode penyimpanan uang pada sebuah aplikasi yang dapat memudahkan aktivitas. Tanpa menyimpan uang tunai dan kartu di dompetnya untuk transaksi sehari-hari, dengan begitu semakin banyak pula perusahaan yang membangun usaha di bidang *financial*

technology (fintech) dengan mengeluarkan produk yang dikenal dengan sebutan dompet digital. Dengan adanya *fintech* ini semakin membuat para pelaku umkm di permudah dalam melakukan transaksi.

Dengan adanya *fintech*, maka semakin memudahkan bukan hanya konsumen tapi para pelaku bisnis UMKM khususnya di kota Semarang, dengan begitu maka bisnis UMKM akan semakin memperluas jangkauan pasar mereka sehingga bisnis UMKM akan mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Hasil penelitian terdahulu seperti (Wachyu & Winarto, 2020) menunjukkan bahwa financial technology berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis UMKM.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka rumusan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

H1 Pemanfaatan *financial technology* berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis UMKM

2.4.2 Pengaruh kepuasan konsumen terhadap kinerja bisnis UMKM

Dalam usaha apapun konsumen itu sangat penting untuk kelangsungan usaha, dalam kata lain pembeli atau konsumen itu raja, penjual harus melakukan apapun supaya konsumen suka dan mau terus berbelanja atau melakukan transaksi sama usaha kita. Di era saat ini konsumen bisa di ibaratkan adalah salah satu jantung dari sebuah usaha atau bisnis.

Kepuasan konsumen umumnya didefinisikan sebagai perasaan atau penilaian oleh pelanggan terhadap produk atau layanan yang telah mereka gunakan (Ismanto, 2018). Kepuasan konsumen bisa berarti hal yang sangat berbeda antar konsumen, misalnya faktor waktu pengiriman, harga, kesesuaian, profesionalisme, pelanggan

miliki tanggapan atau permintaan yang berbeda antar konsumen (Ismanto, 2018) menunjukkan bahwa kualitas dapat dikaitkan dengan kepuasan pelanggan, atau lebih tepatnya tingkat kualitas ditentukan oleh tingkat kepuasan pelanggan. Meningkatkan kinerja usaha UKM tidak terlepas dari peningkatan kinerja keuangan UKM yang perlu mempertimbangkan faktor eksternal seperti kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara kinerja produk perusahaan yang diterimanya dengan kinerja produk perusahaan yang diharapkannya. Yang berarti bahwa tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara harapan dan kinerja. Perusahaan yang fokus pada pelanggan maka kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan sarana pemasaran guna peningkatan penjualannya. Konsumen percaya bahwa produk UKM memiliki manfaat, tidak hanya jangka pendek namun juga jangka panjang (Ismanto, 2018)

Kepuasan konsumen akan memberikan dampak pada promosi gratis lewat rekomendasi pelanggan ke pelanggan baru, sehingga UKM perlu mempertimbangkan kualitas produk agar tetap terjaga dan citra dari produk serta pelayanan terhadap pelanggan, membina hubungan baik dengan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan penjualan, keuntungan serta meningkatkan kinerja keuangan UKM. Hasil penelitian terdahulu seperti (Kurnia & Suwiknyo, 2018) bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka rumusan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

H2 Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis umkm

2.4.3 Pengaruh Informasi Akuntansi terhadap kinerja bisnis UMKM

Sistem informasi akuntansi yang dibentuk dalam sebuah organisasi sangatlah penting. Mengingat bahwa sistem informasi akuntansi merupakan sistem informasi terarah dan terintegrasi yang dibutuhkan manajemen sebagai dasar pengambilan keputusan yang mengarah pada tujuan organisasi. Sistem informasi akuntansi yang diterapkan antar UMKM akan memiliki pengaruh yang bervariasi terhadap kinerja karena dipengaruhi oleh situasi dan lingkungan yang berbeda. Karakteristik informasi yang tersedia dalam organisasi tersebut akan menjadi efektif apabila mendukung kebutuhan pengguna informasi akan pengambilan keputusan yang akan berpengaruh terhadap kinerja usahanya. Hal ini sejalan dengan pendekatan kontijensi bahwa tingkat ketersediaan dari masing-masing karakteristik informasi sistem akuntansi mungkin tidak selalu sama untuk setiap organisasi tetapi ada faktor tertentu lainnya yang akan mempengaruhi tingkat kebutuhan terhadap informasi akuntansi.

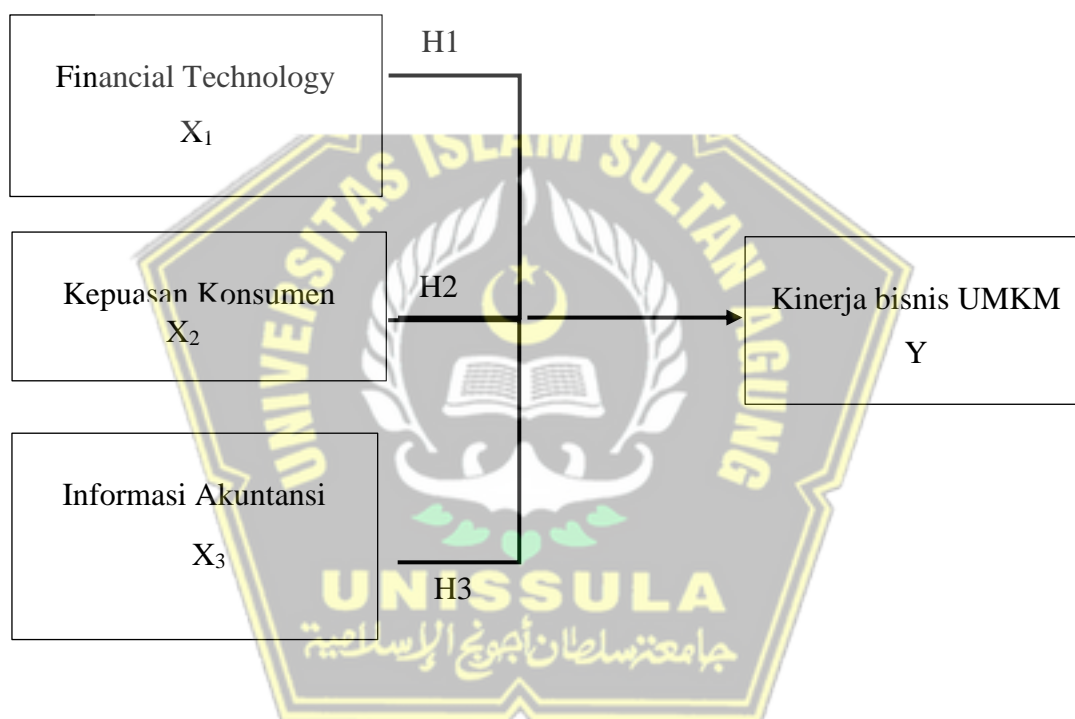
Penggunaan Informasi Akuntansi jika dikaitkan dengan Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pemakaian informasi akuntansi untuk pengambilan keputusan ekonomi dan keputusan ini akan mempengaruhi keberlangsungan usaha (Wibowo, 2018:7). Hasil penelitian terdahulu seperti Luther (2018) yang menyatakan bahwa penggunaan informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka rumusan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

H3 Penggunaan Informasi Akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

2.5. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian dibawah ini merupakan gambaran mengenai Financial Technology, Kepuasan konsumen dan Perkembangan bisnis umkm terhadap kinerja UMKM, dengan rangkaian gambar sebagai berikut :



Gambar 2. 1

Kerangka penelitian

Dari penjelasan di atas, maka selanjutnya peneliti akan menguraikan penelitian mengenai pengaruh *Financial technology*, kepuasan konsumen dan informasi akuntansi terhadap kinerja bisnis UMKM di kota Semarang. Penelitian menggunakan indikator *financial technology* dan Informasi akuntansi untuk meningkatkan kinerja UMKM di kota Semarang supaya menjadi lebih baik lagi. *financial technology* juga cocok di gunakan di bisnis UMKM selain

mempermudah melakukan pembayaran saat transaksi. *financial technology* juga bisa di gunakan sebagai salah satu alternatif pendanaan bagi pelaku UMKM, maka dari itu terciptalah X1,. Konsumen adalah salah satu komponen penting dalam memulai sebuah usaha, sebuah usaha akan berjalan dengan baik jika para konsumen merasa puas dengan pelayanan atau produk yang kita jual maka dari itu ini kepuasan konsumen X2 sangatlah penting untuk meninjau seberapa baik kinerja dari bisnis UMKM . seperti hal nya yang sudah di jelaskan di atas di era yang serba digital ini pelaku UMKM harus bisa memanfaatkan teknologi yang sudah semakin maju ini , informasi akuntansi X3 di gunakan oleh para pelaku UMKM untuk berbagai macam hal salah satunya untuk mengetahui laporan keuangan, mengetahui jumlah penjualan dan merencanakan kegiatan usahanya.

Seperti yang sudah dijelaskan dalam pengembangan hipotesis di atas, bahwa *Financial technology*, kepuasan konsumen dan informasi akuntansi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di kota Semarang, karena pelaku bisnis UMKM yang menggunakan *financial technology*, memperhatikan kepuasan konsumen dan bisa memanfaatkan informasi akuntansi di usaha mereka akan mempermudah dalam meningkatkan kemampuan usahanya.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Untuk melakukan sebuah penelitian terdapat beberapa jenis penelitian sebagai petunjuk guna memudahkan proses penelitian dari awal sampai akhir penelitian tersebut. Jenis penelitian pada dasarnya adalah merupakan teknik mencari data untuk mencapai tujuan dan mendapatkan data khusus pada apa yang akan di teliti.

Pada penulisan penelitian ini metode yang saya digunakan adalah teknik analisis deskriptif kualitatif, dimana seluruh data - data yang dihasilkan dan disajikan berbentuk deskripsi yaitu berupa gambaran tentang hasil dari penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain pendekatan studi literature online maupun cetak, dan kepustakaan yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Data yang di gunakan oleh peneliti dalam kegiatan penelitian, dapat di ambil dari seluruh populasi penelitian yang di amati atau dari sebagian populasi penelitian. Berdasarkan hal tersebut maka populasi atau objek yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah kinerja UMKM di kota Semarang, Populasi pada penelitian ini adalah seluruh UMKM yang ada di kota Semarang yang berjumlah 17.603 UMKM. Sedangkan sampel yang dipilih adalah perwakilan

UMKM yang telah terpilih melalui metode yang diterapkan. Diharapkan tujuan penelitian ini akan tercapai dengan pemilihan sampel UMKM yang tepat.

3.2.2. Sampel

Sampel Menurut Sugiyono (2018:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik Purposive Sampling (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, 2019). Purposive Sampling adalah teknik memilih sampel dari suatu populasi berdasarkan pertimbangan (kriteria) tertentu, baik pertimbangan ahli maupun pertimbangan ilmiah (Sugiyono, 2019). Adapun jumlah sampel yang ada dalam penelitian ini adalah beberapa anggota dari populasi yang berjumlah kurang lebih 100 UMKM yang diperlukan oleh peneliti sesuai dengan kriteria yang diperlukan oleh peneliti. Berikut pertimbangan dalam pemilihan sampel pada penelitian ini :

1. UMKM aktif di Kota Semarang.
2. Memiliki lama usaha minimal 2 tahun.
3. Memiliki karyawan lebih dari 1 orang

Jumlah sampel diambil berdasarkan rumus *Slovin* yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Sumber : (Sugiyono, 2019)

Dimana :

n = Jumlah Sampel yang diperlukan

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)

Jumlah UMKM di Kota Semarang yaitu sebanyak 17.603 unit. Maka populasi

$N = 17.603$ dengan asumsi tingkat kesalahan $e = 10\%$, maka jumlah sampel

yang harus digunakan dalam penelitian ini sebanyak $n = \frac{17603}{1+17603(0,1)^2} = 99,93$

dibulatkan menjadi 100 pemilik UMKM di Kota Semarang. Jadi perhitungan

tersebut untuk mengetahui ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah

sebanyak 100 responden.

3.3. Sumber data dan Jenis data

Data yang digunakan penelitian ini berupa data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018:193). Dalam hal ini data primer diperoleh peneliti dengan cara penyebaran angket koesioner untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan pemahaman kinerja bisnis pengusaha UMKM di kota Semarang, selain itu data yang di gunakan dalam penelitian ini berupa data data pada literatur online maupun cetak dan data data penelitian terdahulu

Data pada penelitian ini merupakan data kualitatif yaitu jenis data yang berbentuk narasi atau deskripsi dan pendapat seseorang

3.4. Metode pengumpulan data

Pengumpulan data adalah proses pengumpulan data primer dan sekunder. Untuk penelitian ini yang akan dianalisis yaitu data primer untuk memperoleh data dan mengelola data dalam penelitian menggunakan teknik observasi, dokumentasi, pertanyaan tambahan dan lain sebagainya (Sugiyono, 2019).

Data primer pada penelitian ini menggunakan data yang berasal dari jawaban atas kuisisioner yang telah disebarakan kepada responden. Objek yang dijadikan bahan penelitian ini adalah UMKM yang berada di Kota Semarang. Pengukuran dalam penelitian ini mengukur opini responden menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap dan presepsi seseorang atau sekelompok mengenai fenomena sosial yang terdiri dari 5 pengukuran sebagai berikut:

Skala Pengukuran Likert

Tabel 3.1

Skala Pengukuran Likert

Keterangan	Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

3.5. Variabel dan Indikator

3.5.1. Definisi Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2018) variabel adalah: "Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya.” Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018)

Berikut adalah definisi Variabel penelitian nya

1. *Financial Technology (X1)*, *Financial Technology* adalah Menurut Bank Indonesia financial technology adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. (Muzdalifa, Rahma, dan Novalia; 2018) dalam (Hidayat & Sriwijaya, 2022)
2. Kepuasan Konsumen (X2), Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau produk yang dirasakan serta diharapkan. Jadi, kepuasan merupakan fungsi perbedaan kinerja yang dirasakan dan harapan (Agung sAkbar, 2020)
3. Informasi Akuntansi (X3), informasi akuntansi adalah hasil olahan data yang bermanfaat bagi pengguna informasi akuntansi.. (Safitri, 2018)
4. Variabel Kinerja Bisnis UMKM (Y), Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam satu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan organisasi secara legal. (Afandi 2018:83)

Variabel tersebut merupakan variabel bebas (independent) dan variabel (dependent) variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel (dependent) variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Financial Technology* (X1), kepuasan konsumen (X2), Informasi akuntansi (X3), Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variable bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kinerja Bisnis UMKM (Y).

3.5.2 Indikator Pengukuran Variable

Berikut ini merupakan ringkasan dari variable penelitian dan indikator perhitungan yang digunakan untuk pembuatan kuisisioner

Tabel 3.2

Indikator Pengukuran Variabel

No	Variabel Penelitian	Indikator Pengukuran Yang Digunakan	Skala Pengukuran
1.	<i>Financial Technology</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Fintech</i> mempermudah proses pembayaran transaksi - <i>Fintech</i> membuat perputaran ekonomi di Indonesia jadi lebih baik 	Skala Likert 1-5, yang artinya angka menunjukkan “Sangat Setuju”, angka 2 “Setuju”, angka 3 “Netral”, angka 4 “Tidak Setuju”, dan angka 5 “Sangat Tidak Setuju”

		<ul style="list-style-type: none"> - <i>Fintech</i> salah satu akses pendanaan terbaik di Indonesia 	
2.	Kepuasan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> - Kepuasan konsumen menjadi faktor utama berjalannya usaha - Kepuasan konsumen mempengaruhi keuangan di Indonesia - Kepuasan konsumen modal utama bisnis UMKM 	Skala Likert 1-5, yang artinya angka menunjukkan “Sangat Setuju”, angka 2 “Setuju”, angka 3 “Netral”, angka 4 “Tidak Setuju”, dan angka 5 “Sangat Tidak Setuju”
3.	Penggunaan Informasi Akuntansi	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan informasi akuntansi untuk mengetahui jumlah produksi setiap hari. - Menggunakan informasi akuntansi untuk mengetahui pengajian/upah ke karyawan. - Menggunakan informasi akuntansi untuk meningkatkan produktivitas.. - Mengetahui laporan keuangan. - Mengetahui jumlah penjualan. 	Skala Likert 1-5, yang artinya angka menunjukkan “Sangat Setuju”, angka 2 “Setuju”, angka 3 “Netral”, angka 4 “Tidak Setuju”, dan angka 5 “Sangat Tidak Setuju”

		- Merencanakan kegiatan usaha.	
4.	Kinerja Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> - Pertumbuhan jumlah karyawan - Profitabilitas - Pertumbuhan usaha <p>(Wulandari, 2019)</p>	Skala Likert 1-5, yang artinya angka menunjukkan “Sangat Setuju”, angka 2 “Setuju”, angka 3 “Netral”, angka 4 “Tidak Setuju”, dan angka 5 “Sangat Tidak Setuju”

3.6 Teknik Analisi Data

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Merupakan Teknik analisis data dengan menggunakan statistik-statistik univariate yang meliputi: nilai rata-rata sampel (mean), nilai maksimum, nilai minimum dan nilai standar deviasi dalam bentuk tabel

3.6.2. Uji Kualitas Data

Kualitas data penelitian ditentukan oleh kualitas instrumen yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data, Instrumen yang valid merupakan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur. Suatu penelitian akan menghasilkan kesimpulan yang bias jika datanya kurang valid dan reliabel. Agar data yang akan digunakan

valid dan reliabel maka diperlukan uji kualitas data. Terdapat dua konsep untuk mengukur kualitas data, antara lain yaitu :

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51) Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang ada pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Dengan kriteria pengujian uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika r hitung $\geq r$ tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika r hitung $< r$ tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kestabilan antara hasil pengamatan yang dilakukan didalam kuesioner pada waktu yang berbeda. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut stabil atau konsekuen dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan uji statistik dengan menggunakan alat uji SPSS. Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha

dimana suatu kuesioner dikatakan reliable jika cronbach alpha $> 0,70$ (Ghozali, 2018). Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Sementara, jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini adalah ulasan regresi sehingga mengetahui apakah data tidak mendapatkan masalah multikolinieritas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan data terdistribusi normal. estimator yang sesuai *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE), yang artinya model regresi dapat digunakan sebagai alat estimasi penelitian. Asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini yaitu: Uji Normalitas, Multikolinieritas, dan Heteroskedastisitas yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistic akan mengalami penurunan (Ghozali, 2018). Uji yang digunakan yaitu uji *Kolmogorov Smirnov*. Kriteria dalam model regresi adalah jika signifikansi di bawah 0,05 berarti terdapat data tidak terdistribusi normal/perbedaan yang

signifikan, dan jika signifikansi $\leq 0,05$ maka data terdistribusi normal/tidak terjadi perbedaan yang signifikan.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2018:107) menyatakan uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independent). Tidak terjadi korelasi diantara variabel independen menjadi model yang baik. Jika variabel tersebut saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal, variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol merupakan variabel ortogonal. Salah satu cara untuk mendeteksi tidak atau adanya multikolinearitas dalam model regresi adalah dapat dilihat dengan nilai inflation factor (VIF) dan nilai tolerance. Nilai cutoff yang umum dipakai adalah nilai $VIF \geq 10$ atau sama dengan nilai $Tolerance \leq 0,10$.

3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah keadaan yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual pada satu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tak terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini dilihat pada residual terhadap variabel dependent yang yang distandarisasi. Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka terjadi

heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik–titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variable independen terhadap satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen (Romie Prisyastama, 2018:154)

3.6.5 Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka digunakan uji t. Dalam pengambilan keputusan dengan dua cara yaitu:

- a. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel}
 - Jika, $-t_{tabel} \leq t_{hitung} < t_{tabel}$, sehingga H_0 diterima
 - Jika, $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga H_0 diterima
- b. Dengan berdasarkan angka signifikansinya
 - Jika : $Sig \leq \alpha$, maka H_0 ditolak
 - Jika : $Sig > \alpha$, maka H_0 diterima

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Hasil Dalam penelitian ini objek penelitian yang digunakan adalah pelaku UMKM yang berada pada wilayah Kota Semarang, baik dalam bidang makanan, fashion, jasa, dan sebagainya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang disebar berbentuk kuesioner kepada UMKM di Kota Semarang. Kuesioner yang disebarkan sejumlah 102 lembar kuesioner, yang di sebar pada pelaku UMKM di Kota Semarang. Responden mengisi kuesioner yang berisi pertanyaan maupun pernyataan yang diberikan oleh peneliti.

Hasil penyebaran kuesioner telah dilakukan, diperoleh data yang terlihat pada tabel 4.1 berikut menunjukkan secara singkat mengenai jumlah dan tingkat pengembalian kuesioner yang dijawab oleh responden.

Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	102
Kuesioner yang tidak memenuhi syarat	2
Kuesioner yang digunakan	100

Sumber : Olah data primer, 2023

Berdasarkan distribusi pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa kuesioner yang disebar sebanyak 102 lembar, dimana 2 kuesioner tidak memenuhi syarat karena pelaku UMKM tidak menggunakan fintech. Sedangkan 100 kuesioner yang diisi secara lengkap dan memenuhi syarat dapat diolah.

4.1.1 Karakteristik Data Responden

Responden dipilih menggunakan rumus *slovin* dan didapatkan nilai 100, sehingga responden yang digunakan sebanyak 100. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik/manager UMKM yang berada di Kota Semarang. Hasil data yang diperoleh mengenai responden adalah sebagai berikut

Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Peresentase
1	21 – 30 Tahun	30	30%
2	31 – 40 Tahun	33	33%
3	41 – 50 Tahun	27	27%
4	51 – 60 Tahun	10	10%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer diolah Tahun 2023

Berdasarkan table 4.2 di atas bahwa 100 responden yang telah diberikan kuesioner, usia responden terbanyak pada rentang 31-40 tahun berjumlah 33 responden dan mempunyai persentase 33%, lalu usia rentang 21-30 tahun berjumlah 30 responden dan mempunyai persentase 30%, selanjutnya dengan usia rentang 41-50 tahun berjumlah 27 dan diakhiri dengan usia 51 – 60 tahun berjumlah 10 responden dan mempunyai persentase 10%

Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki - Laki	54	54%
2	Perempuan	46	46%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer diolah Tahun 2023

Menurut tabel 4.3 di atas dapat disimpulkan dari 100 responden yang telah diberikan kuesioner, jumlah responden didominasi oleh laki- laki sebanyak 54 responden dengan presentase 54%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah sebanyak 46 responden dengan presentase 46%.

Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
1	SD/Sederajat	3	3%
2	SMP/Sederajat	12	12%
3	SMA/Sederajat	47	47%
4	Diploma	6	6%
5	S1	32	32%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Pendidikan yang dapat dilihat dari tabel 4.4 total responden yang di dapatkan sejumlah 100 responden, menunjukkan bahwa pendidikan terakhir responden ada berbagai macam dengan tertinggi yaitu SMA /Sederajat 47 responden dengan persentase 47%, di susul S1 32 responden dengan persentase 32% lalu ada SMP/ sederajat 12 responden dengan

persentase 12%, berikutnya ada diploma 6 responden dengan persentase 6% dan yang terakhir ada SD/ sederajat 4 responden dengan persentase 4%

Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Usaha Yang Dijalani

No	Lama Usaha	Jumlah	Persentase
1	1-2 Tahun	9 orang	9%
2	3-5 Tahun	16 Orang	16%
3	6-10 Tahun	32 Orang	32%
4	Lebih dari 10 Tahun	43 Orang	43%
Jumlah		100 Orang	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Kesimpulan yang didapat bahwa dari 100 responden yang telah diberikan kuesioner, lama usaha yang dijalani oleh 43 responden didominasi dengan usaha yang sudah berjalan selama lebih dari 10 tahun dengan persentase 43%, lalu disusul dengan usaha yang telah dijalani selama 6-10 tahun berjumlah 32 responden dan mempunyai persentase 32%, selanjutnya usaha yang telah dijalani selama 3-5 tahun berjumlah 17 responden memperoleh persentase 16,8%.

Tabel 4. 6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tenaga Kerja

No	Tenaga Kerja	Jumlah	Persentase
1	1-5 Orang	56	56%
2	6-10 Orang	22	22%
3	Lebih dari 10 Orang	22	22%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

Berdasarkan table 4.6 di atas dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden yang telah di berikan kuesioner, dominasi terbesar jumlah tenaga kerja rersponden adalah 1 – 5

orang dengan berjumlah 56 orang dengan persentase 56%, setelah itu 22 responden dengan persentase 22% memiliki tenaga kerja 6-10 orang dan lebih dari 10 orang.

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif merupakan analisis yang memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari rata-rata (mean), minimum, maximum, dan standar deviasi. Variabel yang diteliti diambil datanya yaitu : Financial Technology (X1), Kepuasan Konsumen (X2), Informasi Akuntansi (X3), dan Kinerja bisnia UMKM (Y). Hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 4.7.

.Tabel 4. 7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Fintech	100	6.00	25.00	22.3200	2.72615
Kepuasan Konsumen	100	6.00	30.00	27.1100	3.07119
Informasi Akuntansi	100	9.00	35.00	31.0800	3.52102
Kinerja Bisnis	100	8.00	40.00	33.9100	4.16114
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan analisis statistik deskriptif pada tabel 4.7, terdapat informasi terkait dengan hasil analisis statistik deskriptif penelitian tentang mean, minimal, maksimal, dan standar deviasi. Hasil analisis statistik deskriptif dijelaskan sebagai berikut :

a. Kinerja bisnis (Y)

Kinerja bisnis memiliki nilai minimum sebesar 8 dari total penilain indikator kinerja bisnis UMKM dan nilai maksimum sebesar 40, sehingga didapat nilai rata-rata dari kepatuhan wajib pajak sebesar 33,91 dan nilai standar deviasi sebesar 4,161. Hasil rata-rata yang mendekati nilai maksimal dapat diartikan bahwa kinerja bisnis UMKM di Kota Semarang relatif tinggi.

b. Variabel Financial Technology (X1)

Hasil analisis statistik deskripif pada variabel Financial Technology menunjukkan bahwa nilai rata-rata (mean) sebesar 22,32, nilai minimum sebesar 6, nilai maximum sebesar 25, dan nilai standar diviasi sebesar 2,726. Dilihat dari rata-rata (mean) dapat dikatakan bahwa responden setuju jika financial technology berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM

c. Variabel Kepuasan Konsumen (X2)

Variabel Kepuasan Konsumen (X2) dari data diatas dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 6 sedangkan nilai maksimum sebesar 30. Sehingga nilai rata-rata yang didapatkan sebesar 27,11 dan standar deviasi sebesar 3,071. Hasil rata-rata yang mendekati nilai maksimal dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen pada kinerja bisnis UMKM di kota Semarang memiliki kontribusi yang relatif tinggi.

d. Variabel Informasi Akuntansi (X3)

Hasil analisis statistik deskripif pada variabel informasi akuntansi menunjukkan bahwa nilai rata-rata (mean) sebesar 31,08, nilai minimum sebesar 9, nilai maximum sebesar 35, dan nilai standar diviasi sebesar 3,521.

Dilihat dari rata-rata (mean) dapat dikatakan bahwa responden setuju jika informasi akuntansi berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM.

4.3 Uji Kualitas Data

Uji ini digunakan untuk menguji sebuah data primer, data yang diterima peneliti merupakan data primer maka dilakukan uji kualitas data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Pengujian validitas suatu item dapat dikatakan valid atau tidak dapat dilihat dari besarnya nilai signifikansi variabel total dengan variabel masing-masing item jika nilai sig < 0,05. Hasil uji validitas ini dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas

Variabel / Indikator	Sig	R hitung	Keterangan
Kinerja bisnis UMKM (Y)			
Y.1	0,000	0,604	Valid
Y.2	0,000	0,379	Valid
Y.3	0,000	0,659	Valid
Y.4	0,000	0,670	Valid
Y.5	0,000	0,462	Valid
Y.6	0,000	0,681	Valid
Y.7	0,000	0,568	Valid
Y.8	0,000	0,479	Valid

Variabel / Indikator	Sig	R hitung	Keterangan
Financial Technology(X1)			
X1.1	0,000	0,576	Valid
X1.2	0,000	0,560	Valid
X1.3	0,000	0,686	Valid
X1.4	0,000	0,733	Valid
X1.5	0,000	0,722	Valid

Variabel / Indikator	Sig	R hitung	Keterangan
Kepuasan Konsumen (X2)			
X2.1	0,000	0,583	Valid
X2.2	0,000	0,590	Valid
X2.3	0,000	0,687	Valid
X2.4	0,000	0,664	Valid
X2.5	0,000	0,748	Valid
X2.6	0,000	0,747	Valid

Variabel / Indikator	Sig	R hitung	Keterangan
Informasi Akuntansi (X3)			
X3.1	0,000	0,720	Valid
X3.2	0,000	0,703	Valid
X3.3	0,000	0,720	Valid
X3.4	0,000	0,553	Valid
X3.5	0,000	0,600	Valid
X3.6	0,000	0,611	Valid
X3.7	0,000	0,694	Valid

Sumber : olah data primer, 2023

Dari pengujian validitas diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan dari masing-masing variabel financial technology, kepuasan konsumen, informasi akuntansi terhadap kinerja bisnis UMKM memiliki nilai signifikansi kurang dari

0,05. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa semua data yang terdapat pada penelitian ini dapat dinyatakan valid dan memenuhi uji validitas.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu data yang diperoleh dari kuisisioner yang berupa indikator dari variabel atau konstruk. Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel maka dilakukan uji statistic dengan cara melihat *Cronbach Alpha* (α). Kriteria yang digunakan adalah suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Hasil pengujian reliabilitas ini menggunakan SPSS yang mana dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 (nilai standar)

Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Item	Cronbach Alpha	Keterangan
Financial Technoligy (X1)	6	0,761	Reliabel
Kepuasan Konsumen (X2)	7	0,767	Reliabel
Informasi Akuntansi (X3)	7	0,781	Reliabel
Kinerja bisnis UMKM (Y)	8	0,679	Reliabel

Sumber : Hasil Olah data SPSS, 2023

Dari data tabel SPSS diatas, nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reanility pada setiap variabel bernilai $> 0,60$ baik dari variabel Financial technology, Kepuasan konsumen, Informasi Akuntansi dan kinerja bisnis UMKM. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian dinyatakan reliable sehingga kuisisioner dapat dipercaya dan telah memenuhi syarat uji reabilitas. Dengan jumlah Cronbach's Alpha pada financial technology adalah sebesar 0,761, kepuasan konsumen sebesar 0,767, informasi akuntansi sebesar 0,781 dan kinerja bisnis UMKM sebesar 0,679.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini pengujian menggunakan Uji Kormogorof-Smirnov (K-S) dengan residual yang normal yaitu yang memiliki nilai signifikansi $> 0,05$. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4. 10
Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,43363687
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,048
	Negative	-,058
Test Statistic		,579
Asymp. Sig. (2-tailed)		,891
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji diatas, nilai one sampel *komogorov smrinov* bernilai $> 0,05$. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel – variabel independen (bebas). Cara untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) serta nilai *tolerance*. Dengan ketentuan bahwa, jika nilai VIF > 0,01 dan nilai tolerane < 10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dan begitupun sebaliknya jika nilai tolerance < 0,01 atau VIF > 10 maka terdapat multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 11
Hasil Uji Multikolinieritas Variabel Penelitian

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	1.112	2.435		457	,649		
	Fintech	,584	,159	,361	3.680	,000	,369	2.707
	Kepuasan Konsumen	,374	,121	,276	3.104	,003	,449	2.225
	Informasi akuntansi	,308	,118	,260	2.608	,011	,359	2.808

a. Dependent Variable: Kinerja bisnis UMKM

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji diatas, menunjukkan bahwa semua variabel penelitian yang terdiri dari Financial Technology, Kepuasan konsumen, Informasi akuntansi mempunyai nilai tolerance yang lebih besar dari 0,01 (*tolerance* > 0,01) dan

memiliki nilai VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$). Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian tidak terjadi multikolinearitas.

4.4.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* maupun residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik scatterplot, apabila titik-titik menyebar tanpa membentuk pola yang jelas dibagian atas dan bawah atau di sekitar angka 0, maka tidak ada gejala heterokedastisitas.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Penelitian

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,837	1,546		,541	,590
	Fintech	,107	,101	,174	1,064	,290
	Kepuasan Konsumen	-,151	,077	-,291	-,1,969	052
	Informasi Akuntansi	,086	,075	,191	1,151	,253

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel fintech, kepuasan konsumen, informasi akuntansi menunjukkan tidak ada gangguan heteroskedastisitas, dimana dapat dilihat bahwa

dari variabel diatas memiliki nilai signifikan $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian tidak memiliki masalah heteroskedastisitas.

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda yang baik ialah yang sesuai dengan kriteria pada asumsi klasik yaitu data harus berdistribusi normal, model harus bebas dari multikolonieritas, dan tidak terdapat heteroskedastisitas.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.112	2.435		,457	,649
	Fintech	,584	,159	,361	3.680	,000
	Kepuasan konsumen	,374	,121	,276	3.104	,003
	Informasi akuntansi	,308	,118	,260	2.604	,011
a. Dependent Variable: kinerja bisnis UMKM						

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji diatas, hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan program SPSS maka didapatkan model persamaan regresi akhir sebagai berikut :

$$Y = 1,112 + 0,584X1 + 0,374X2 + 0,308X3$$

Y = Kinerja Bisnis UMKM

X1 = Financial Technology

X2 = Kepuasan Konsumen

X3 = Informasi Akuntansi

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta yang diperoleh dari hasil uji diatas memiliki nilai positif sebesar 1.112. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yang meliputi fintech, kepuasan konsmen, informasi akuntansi dengan nilai sig 0,649 (dibawah 5%) dianggap tetap atau konstan, maka nilai kepatuhan wajib pajak adalah sebesar 1,112.
2. Nilai koefisien *financial technology* (X1) adalah sebesar 0,584. bernilai positif, artinya (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM (Y). Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satuan variabel *financial technology*, maka akan meningkatkan Kinerja bisnis UMKM. Tanda positif artinya menunjukan pengaruh searah anantara variabel independen dan variabel dependen.
3. Nilai koefisien kepuasan konsumen (X2) adalah sebesar 0,374. bernilai positif, artinya kepuasan konsumen (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM (Y). Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satuan variabel kepuasan konsumen, maka akan meningkatkan Kinerja bisnis UMKM. Tanda positif artinya menunjukan pengaruh searah anantara variabel independen dan variabel dependen.
4. Nilai koefisien informasi akuntansi (X3) adalah sebesar 0,308. bernilai positif, artinya informasi akuntansi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM (Y). Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satuan variabel informasi akuntansi, maka akan meningkatkan Kinerja bisnis UMKM. Tanda positif artinya menunjukan pengaruh searah anantara variabel independen dan variabel dependen.

4.6 Uji Kebaikan Modal

4.6.1 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji Signifikan Simultan (Uji F) berfungsi untuk secara simultan (bersamaan) memverifikasi pengaruh variabel bebas dan menentukan apakah pengaruhnya signifikan terhadap variabel terikat. Dapat dikatakan berpengaruh simultan dan signifikan menggunakan acuan tingkat signifikansi sebesar 5%. Adapun hasil dari uji signifikan simultan (Uji F) sebagai berikut :

Tabel 4. 14 Hasil Uji Statistik F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1127.854	3	375.951	61.554	.000 ^b
	Residual	586.336	96	6.108		
	Total	1714.190	99			
a. Dependent Variable: Kinerja bisnis UMKM						
b. Predictors: (Constant), Financial Technology (X1), Kepuasan Konsumen(X2), Informasi Akuntansi (X3)						

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan hasil pengolahan data terlihat nilai F sebesar 61.554 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini berarti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa financial technology, kepuasan

konsumen dan informasi akuntansi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM

4.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas dapat menjelaskan variabel dependen yang dinyatakan dalam persen (100%). Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut :

Tabel 4. 15
Hasil Uji Koefisien determinasi R²)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,811 ^a	,658	,647	2,471
a. Predictors: (Constant), Informasi akuntansi, Kepuasan konsumen, Financial technology				
b. Dependent Variable: Kinerja bisnis UMKM				

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan uji koefisien dapat dilihat nilai Financial technology (X1), Kepuasan konsumen (X2), dan Informaasi akuntansi (X3) nilai signifikansinya < 0,05 artinya Financial technology (X1), Kepuasan konsumen (X2) dan Informasi akuntansi (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja bisnis UMKM sebagai variabel dependen (Y). Dapat dilihat juga dari nilai R Square adalah 0,647 dimana hal ini menunjukkan bahwa Financial technology (X1) Kepuasan konsumen (X2) dan Informasi akuntansi (X3) berkontribusi terhadap Kinerja bisnis UMKM sebagai variabel dependen (Y) sebesar 64,7% dan sisanya 35,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan di dalam penelitian ini.

4.7 Pengujian Hipotesis

4.7.1 Uji Parsial (Uji Statistik t)

Uji t dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen (Widodo & Muniroh, 2021). Dalam penelitian ini hipotesis 1 sampai 3 diuji menggunakan uji t, kemudian dapat melihat nilai probabilitas yang didapatkan pada perhitungan uji t. Pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi 0,05 dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

Jika nilai $\text{sig} \leq \alpha (0,05)$ dan $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen

Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,112	2,435		,457	,649
	Financial Technology	,584	,159	,361	3,680	,000
	Kepuasan Konsumen	,374	,121	,276	3,104	,003
	Informasi Akuntansi	,308	,118	,260	2,504	,011

a. Dependent Variable: Kinerja bisnis UMKM

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Pengaruh financial technology terhadap kinerja bisnis UMKM. Hasil pengujian hipotesis variabel menunjukkan bahwa secara parsial financial technology

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis UMKM dengan nilai signifikansinya yaitu sebesar $0,00 < 0,05$

(H1) yang berbunyi “Financial Technology berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM”

2. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap kinerja bisnis UMKM Hasil pengujian hipotesis variabel menunjukkan bahwa secara parsial kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM . Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansinya yaitu sebesar $0,004 < 0,05$

(H2) yang berbunyi “Kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM”

3. Pengaruh Informasi akuntansi terhadap kinerja bisnis UMKM Hasil pengujian hipotesis variabel menunjukkan bahwa secara parsial informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM . Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansinya yaitu sebesar $0,011 < 0,05$

(H2) yang berbunyi “Kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM”

4.8 Pembahasan

Penelitian ini menguji pengaruh dari variabel independen yaitu Financial technology, Kepuasan konsumen, Informasi akuntansi terhadap variabel dependen yaitu kinerja bisnis UMKM yang berada di wilayah Kota Semarang. Berdasarkan data penelitian yang telah dianalisis, ringkasan hasil penelitian dapat dilihat pada uraian dibawah ini :

Pengaruh Financial Technology terhadap kinerja bisns UMKM

Hipotesis 1 menyatakan bahwa financial technology berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel financial technology secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM yang berarti hipotesis tidak di tolak. Menurut (Luckandi, 2019) Penggunaan Teknologi seharusnya dapat menjadi strategi bagi pelaku UMKM untuk menjalankan bisnisnya. Dengan didukung oleh berbagai peraturan dan fasilitas oleh pemerintah maupun swasta, pelaku UMKM sebaiknya dapat memanfaatkan teknologi sebaik-baiknya sesuai dengan kebutuhan bisnisnya. Fintech menjadi sebuah layanan keuangan yang dapat membantu pelaku untuk melakukan transaksi pembayaran, dengan berbagai keuntungan yang dijanjikan. Salah satu faktor pendorong keberhasilan pengelolaan UMKM adalah adanya permodalan yang baik. Pada era digital saat ini UMKM dapat memanfaatkan layanan fintech dalam memperoleh tambahan modal, sehingga UMKM dapat berjalan dengan baik. Selain itu juga, adanya penggunaan fintech oleh UMKM dapat meningkatkan keuangan inklusi pada UMKM. Oleh karena itu, semakin besar penggunaan fintech oleh UMKM akan berdampak kepada semakin tingginya tingkat keuangan inklusi UMKM (Liliana et al., 2021)

Fintech berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM yaitu berupa peningkatan efisiensi operasional, dan efisiensi yang dinikmati oleh anggotanya, namun demikian penerapan Fintech dalam UMKM juga memiliki tantangan tersendiri, di sisi lain karena pelaku UMKM belum semuanya melek akan teknologi akses pembayaran yang masih terbata juga masih jadi salah satu kendala, dengan adanya penelitian ini di harapkan membantu para pelakun UMKM untuk memuai neraloh menggunakan fintech untuk mempermudah dan menjadikan transaksi lebih cepat dan praktis. Penelitian ini di dukung oleh penelitian terdahulu yang di lakukan oleh (Sari, Reza Wulan & Widodo, 2019) , (Wachyu & Winarto, 2020) dan (B. Rahardjo, Budi; Khairul, 2019), dari hasil penelitiannya

di dapatkan bahwa financial technology berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM.

Pengaruh Kepuasan konsumen terhadap kinerja bisnis UMKM

Hipotesis 2 menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM. Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM yang berarti hipotesis diterima. Dapat di artikan kepuasan konsumen adalah salah satu kunci keberhasilan dari suatu usaha, semakin puas konsumen dengan pelayanan dari usaha yang kita jalankan maka konsumen tersebut semakin suka berbelanja di UMKM atau usaha yang kita jalankan. Harapan konsumen dibentuk berdasarkan pengalaman mereka, saran teman-teman dan iklan yang disampaikan perusahaan jasa. Konsumen memilih produk berdasarkan harapan ini dan setelah mengkonsumsi produk tadi mereka akan membandingkannya dengan apa yang mereka harapkan.

Bila kenyataan yang mereka rasakan sama terhadap ekpektasi yang mereka bayangkan maka konsumen tersebut akan merasa puas dan ini sangat mempengaruhi kinerja bisnis UMKM yang sedang di jalani berbeda dengan sebaliknya jika berada jauh dibawah yang mereka harapkan, maka kondisi tersebut berdampak pada ketidakpuasan. Makin besar jurang harapan dengan kenyataan makin besar pula ketidakpuasan konsumen. Penelitian ini di dukung oleh penelitian terdahulu yang di lakukan oleh (Ismanto, 2018) dan (Nurbismi & Gunawan, 2019) dan hasil dari penelitian didapatkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM.

Pengaruh informasi akuntansi terhadap kinerja bisnis UMKM

Hipotesis 3 menyatakan bahwa informasi akuntansi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM. Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa variabel informasi akuntansi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM, yang berarti hipotesis ini diterima. Dapat dikatakan Informasi akuntansi dapat membantu UMKM dalam mengidentifikasi suatu masalah, menyelesaikan masalah dan mengevaluasi kinerja serta dapat digunakan pada perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Penggunaan informasi akuntansi saat ini memiliki pengaruh yang sangat penting dalam menentukan kinerja UMKM (Nugraha et al., 2021)

Informasi akuntansi di era digital seperti ini sangat penting untuk memudahkan para pelaku bisnis UMKM khususnya bisnis milenials seperti kedai kopi maupun usaha lainnya dengan aktifitas yang kompleks. Tanpa pemanfaatan informasi akuntansi, para pelaku usaha tertinggal dalam pengelolaan operasi bisnis yang tidak efisien (Farina & Opti, 2023). Dengan adanya informasi akuntansi para pelaku UMKM akan di permudah dan lebih efisien untuk mereka bekerja sehingga kinerja bisnis UMKM yang mereka jalani kedepannya akan semakin meningkat. Penelitian ini didukung oleh penelitian (Ni Made Marta Yani et al., 2021) dan (Frima & Surya, 2018). Dan hasil yang di dapatkan bahwa informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh financial technology, kepuasan konsumen dan informasi akuntansi terhadap kinerja bisnis UMKM. Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa :

1. Pengaruh fintech memiliki nilai signifikansi yaitu 0,000. Hasil uji regresi tersebut menunjukkan bahwa fintech berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM yang ada di Kota Semarang, sehingga hipotesis pada penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa fintech berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang.
2. Pengaruh kepuasan konsumen memiliki nilai signifikansi yaitu 0,004. Hasil uji regresi tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM yang ada di Kota Semarang, sehingga hipotesis pada penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang
3. Informasi akuntansi memiliki nilai signifikansi 0,011. Hasil uji regresi tersebut menunjukkan bahwa informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM yang ada di Kota Semarang, sehingga hipotesis pada penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil penelitian tersebut

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka berikut terdapat saran yang bisa dijadikan evaluasi bagi penelitian selanjutnya agar dapat lebih baik lagi, seperti berikut:

1. Peneliti selanjutnya di harapkan dapat menyaring responden berdasarkan fintech apa yang di gunakan dan informasi apa aja yang digunakan agar dalam penyebaran kuesioner penelitian tepat sasaran
2. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan metode pengumpulan data dengan cara wawancara sehingga informasi yang didapat lebih dalam dan detail agar hasil data yang diperoleh lebih valid.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel yang lain seperti modal, pendapatan usaha dan pelatihan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Hasil penelitian dan kesimpulan yang dilakukan oleh peneliti memiliki beberapa keterbatasan yang memungkinkan dapat mempengaruhi hasil dari penelitian.

Adapun keterbatasan penelitian yaitu :

1. Penelitian ini hanya di lakukan berdasarkan lokasi yang dijangkau oleh peneliti, sehingga dirasa penyebaran kuesionernya kurang meluas.
2. Metode pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini berbentuk data primer dan disebarakan melalui kuesioner secara langsung, namun dalam pelaksanaanya masih ada responden yang belum paham terhadap isi kuesioner.
3. Penelitian ini terbatas hanya menggunakan variabel financial technology, kepuasan konsumen dan informasi akuntansi

5.4 Implikasi Penelitian

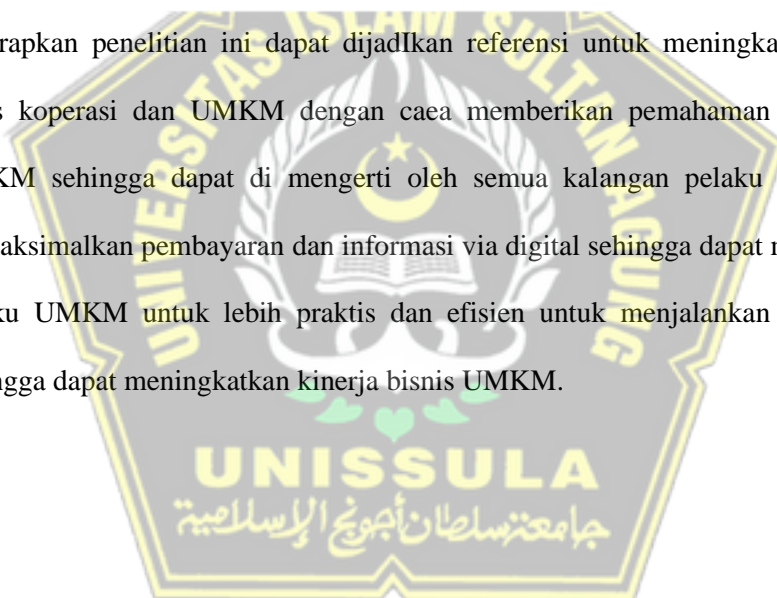
Berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian ini, diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak – pihak terkait seperti dibawah ini :

1. Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang fintech dan informasi akuntansi sehingga akan mempermudah untuk melakukan transaksi pembayaran dan mempermudah untuk menjalankan bisnis UMKM sehingga akan memperbaiki kinerja bisnis UMKM.

2. Dinas koperasi dan UMKM

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk meningkatkan pelayanan dinas koperasi dan UMKM dengan cara memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM sehingga dapat di mengerti oleh semua kalangan pelaku UMKM, untuk memaksimalkan pembayaran dan informasi via digital sehingga dapat mendorong para pelaku UMKM untuk lebih praktis dan efisien untuk menjalankan bisnis UMKM sehingga dapat meningkatkan kinerja bisnis UMKM.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Fitri. "Book Review: the Fintech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries", *Journal of Indonesia Economic and Business*, Vol.31 No. 3, (2016).
- Agung Akbar. (2020) Pengaruh financial technology terhadap perkembangan bisnis UMKM melalui variabel intevening kepuasan konsumen. *Jurnal ekonomi dan bisnis* UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA
- Aribawa, D. (2016). *Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan*. 20(1), 1–13. *Jurnal ekonomi dan bisnis*
- Arodi, T. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Tingkat Pengembalian Kredit UMKM Makanan dan Minuman Malang Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah*, 5(2).
- Asyhari, A., Pudjihastuti, S. H., & Kurdaningsih, D. M. (2018). Peran mediasi keunggulan kompetitif pada faktor determinan kinerja bisnis UKM di sentra tenun batik di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 22(2), 111–131. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol22.iss2.art1>
- B. Rahardjo, Budi; Khairul, I. A. K. S. (2019). Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Magelang. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Papers, Fakultas Ekonomi Universitas Tidar*, 347–356.
- Chusnah, C., & Indriana, K. T. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech. *Kinerja*, 3(1), 111–122. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i1.1280>
- Dori, N., & Sari, I. M. (2015). PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF SYARIAH ENTERPRISE THEORY (Studi Kasus pada Laporan Tahunan PT Bank Syariah Mandiri). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 2(2), 145–160.
- Farina, K., & Opti, S. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm. *Jesya*, 6(1), 704–713. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1007>
- Firdarini, K. C. (2019). *Pengaruh pengalaman usaha dan penggunaan*. 6(1), 25–37.
- Frima, R., & Surya, F. (2018). *Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Penggunaan Informasi Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja UMKM di Kota Padang*.

- Indra sukma dkk,(2020), pengaruh e-commerce dan penggunaan informasi akuntansi terhadap kinerja umkm di purbalingga, *Journal of Law, Economics, and English* 13(1), 93–111. <http://ejournal.uhb.ac.id/index.php/J-LEE/issue/archive>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, A., & Sriwijaya, U. (2022). *Peran Fintech dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif UMKM Peran Fintech dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif UMKM. November 2021*. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v19i2.15742>
- Informasi, P., & Dan, A. (2021). *Pengaruh pemanfaatan teknologi informasi, penggunaan informasi akuntansi dan pelatihan terhadap kinerja umkm di kecamatan mataram*. 6(1), 14–23.
- Ismanto, H. (2018). Kepuasan Konsumen dan Kinerja Keuangan UKM di Kabupaten Jepara. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(3), 377–386. <https://doi.org/10.17358/jabm.4.3.377>
- Kurnia, M., & Suwiknyo, M. (2018). Kepuasan Konsumen: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 15(01). <https://doi.org/10.30651/blc.v15i01.1264>
- Liliana, L., Hidayat, A., Atiyatna, D. P., Kahpi, M., & Saleh, S. (2021). Peran Fintech dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 19(2), 91–102. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v19i2.15742>
- Luckandi, D. (2019). Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM Di Indonesia: Pendekatan Adaptive Structuration Theory. *Jiko - Stmik Akakom Yogyakarta*, 4(1), 1–86.
- Nafik, H. P. P. (2016). Penguatan Modal Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Melalui Pembiayaan Di Bmt Mandiri Sejahtera Gresik. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 3(4), 325–332.
- Ni Made Marta Yani, N. M. M. Y., Agus Khazin Fauzi, & Ni Nyoman Yuliaty. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Penggunaan Informasi Akuntansi Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Mataram. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah - ALIANSI*, 6(1), 13–24. <https://doi.org/10.54712/aliansi.v6i1.188>
- Muhtarom, A Damayanti,(2022) Analisis modal usaha, karakteristik entrepreneur, pemanfaatan teknologi, dan strategi pemasaran terhadap perkembangan umkm dimediasi kepuasan konsumen, *jurnal pendidikan dan sains* 8(1) 128-141,<http://ejournal.uhb.ac.id/index.php/J-LEE/issue/archive>

- Nugraha, A. A., Khoerunnisa, S. N., & Prihasti, D. A. (2021). Penggunaan Informasi Akuntansi Manajemen Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm Pada Sentra Kaos Surapati Bandung. *ProBank*, 6(1), 58–66. <https://doi.org/10.36587/probank.v6i1.844>
- Nurbismi, N., & Gunawan, E. (2019). Peran Kepuasan Konsumen Sebagai Pemediator Praktek Kualitas dan Kinerja Bisnis UMKM di Kota Banda Aceh. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(2), 266. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i2.107>
- Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah Abbas, D. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 95–111. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.49912>, 1–14.
- Romadhon, F., & Fitri, A. (2020). *Analisis Peluang dan Tantangan Penggunaan Financial Technology Sebagai Upaya optimalisasi Potensi UMKM (Studi Kasus UMKM di Gresik)*. 3(1), 30–44.
- Salam, Y. L. & F. A. (2019). Lebih Besar Dari. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, V(2), 197–209.
- Sari, Reza Wulan & Widodo, S. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modal Manusia, Dan Financial Technology Terhadap Kinerja Umkm Di Kabupaten Sleman. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 411–417.
- Savitri, R. V., & Saifudin, . . (2018). Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Pada Umkm Mr. Pelangi Semarang). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 5(2), 117–125. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v5i2.20808>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sholihin. (2020). *Prosiding seminar nasional pendidikan program pascasarjana universitas pgri palembang 10 januari 2020*. 270–277.
- Wachyu, W., & Winarto, A. (2020). *Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. 3(1), 61–73.
- Wahyundaru, S. D. (2020). Faktor Yang Menghambat Kesiapan Umkm Di Kota Semarang Dalam Menerapkan Sak-Etap. *Akuntansi Dewantara*, 4(1), 81–87. <https://doi.org/10.26460/ad.v4i1.6000>
- Wajdi, M. F., Mangifera, L., Wahyuddin, M., & Isa, M. (2018). Peranan Aspek-

Aspek Modal Manusia Pengusaha Terhadap Kinerja Bisnis UKM. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 20(2), 104–111.

Wulandari, R. (2019). *Keuangan terhadap kinerja umkm (studi kasus pada umkm provinsi dki jakarta) program studi manajemen*.

Yanti, W. I. P. (2019). *Pengaruh inklusi keuangan dan literasi keuangan*. 2(1).

