

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. *Capacity Building*

Capacity building merupakan pengembangan kemampuan dan kompetensi yang dilakukan oleh seseorang untuk membuat pertumbuhan entitas menjadi lebih baik dan mempunyai masa depan. Bentuk dari kemampuan yang ditingkatkan dapat meliputi jiwa *leadership*, pengelolaan keuangan, penggalangan dana, kegiatan dan perbaikan dalam segala bidang. Teori ini merupakan proses pengidentifikasian guna mencari masalah untuk selanjutnya dilakukan perbaikan. *Capacity building* membantu seseorang untuk menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan. Pada dasarnya, *capacity building* adalah proses atau kegiatan yang ditujukan untuk meningkatkan keterampilan seseorang demi merubah organisasi menjadi lebih baik untuk suatu tujuan yang diinginkan.¹

Pada konsep ini, individu sebagai wirausaha berkewajiban untuk selalu mengupgrade kompetensinya melalui kemajuan yang teknologi serta pengetahuan yang lebih banyak pada bidang keuangan ataupun non keuangan. Pedoman yang perlu dilakukan sesuai dengan konsep ini adalah membangun pemberdayaan ekonomi kerakyatan, yang meliputi kelembagaan, dana dan pelayanan. Selain itu, ada persoalan yang harus dibenahi, masalah efisiensi, minimnya sumber daya manusia dan teknologi.

Teori ini sejalan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, kaitannya yaitu dalam teori *capacity building* pada intinya suatu proses yang dilakukan oleh seseorang untuk meningkatkan kinerja bisnis demi mencapai tujuan yang diinginkan. Tujuan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pencapaian sebuah keberhasilan usaha. Maka seorang wirausaha perlu melakukan perbaikan dalam bidang keuangan maupun non keuangan yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan modal usaha, strategi pemasaran, serta menggunakan penggunaan informasi agar dapat mencapai keberhasilan usahanya.

¹ Saor Silitonga, *Modal Usaha dan Karakteristik Wirausaha Sebagai Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan UMKM Yang Di Moderasi Oleh Lama Usaha*, (Jurnal Ilmiah Bongaya, (6), No. 1 (2022): 3.

2. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

a. Konsep UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang mandiri, perusahaan ini terdiri dari perorangan sebagai pelaku usaha di semua sektor perekonomian. UMKM adalah kegiatan usaha yang memperbanyak peluang kerja dan melayani berbagai kebutuhan ekonomi masyarakat. Usaha digunakan dalam proses meningkatkan penghasilan masyarakat serta meningkatkan ekonomi dan sebagai alat untuk mencapai stabilitas nasional.² Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat diartikan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah yaitu suatu badan usaha ekonomi yang didirikan dan dimiliki oleh individu dengan berbagai kriteria yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan usaha.

UMKM di Indonesia didasarkan pada Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM terdiri dari:

1. *Livelihood activities*, merupakan usaha kecil menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencarai nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sector informal. Contohnya adalah pedagang bakso, mie ayam pangsit, somai, pentol dan cilok yang dikenal sebagai pedagang kaki lima.
2. *Micro enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small dynamic enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast moving enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (industri/perusahaan).³

² Puji Astuti dkk., *Kewirausahaan an UMKM* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 158.

³ Bambang Agus Sumantri Dan Erwin Putera Permana, *Manajemen Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah* (Kediri: Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2017), 7.

b. Bentuk UMKM

UMKM dapat berbentuk perusahaan perseorangan, firma, persekutuan komandaniter, dan perseroan terbatas. UMKM digolongkan menjadi tiga berdasarkan kriteria total aktiva dan omset yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM yang dicantumkan dalam tabel sebagai berikut:⁴

Tabel 2.1
Kriteria UMKM

No.	Bentuk UMKM	Kriteria	
		Aset	Omset
1.	Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
2.	Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 M
3.	Usaha Menengah	>500 juta – 10 M	>2,5 M – 50 M

Selain menggunakan jumlah uang sebagai patokan, banyak instansi pemerintah, seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), yang menjadikan pelaku usaha sebagai tolak ukur untuk mengidentifikasi perbedaan antara usaha mikro, kecil, menengah maupun besar. Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Usaha mikro

Usaha mikro merupakan entitas usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perseorangan maupun badan usaha, baik dalam bentuk CV, firma maupun perseroan terbatas dengan kriteria tertentu yang telah diatur dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008. Kriteria usaha mikro menurut undang-undang nomor 20 tahun 2008 yaitu memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000.

2. Usaha kecil

Usaha kecil merupakan entitas usaha ekonomi produktif yang independen dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha dan bukan merupakan anak atau cabang perusahaan yang dimiliki secara langsung atau tidak langsung dari usaha menengah. Kriteria usaha kecil menurut undang-undang

⁴ Elisabeth Penti Kurniawati, Paskah Ika Nugroho, dan Chdanra Arifin, "Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)," *JMK* (10), No. 2 (2012): 10.

nomor 20 tahun 2008 yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 sampai dengan Rp 500.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 sampai dengan Rp 2.500.000.000.

3. Usaha menengah

Usaha menengah merupakan entitas usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha dan bukan merupakan anak atau cabang perusahaan yang dimiliki secara langsung maupun tidak langsung oleh usaha kecil dan usaha besar. Kriteria usaha menengah menurut undang-undang nomor 20 tahun 2008 yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 sampai dengan Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 sampai dengan Rp 50.000.000.000.⁵

3. Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha merupakan suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya dan menjadi bagian utama dari sebuah pelaku usaha dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Menurut Noor dalam Sholahuddin dkk, keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil jika mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis. Keberhasilan usaha bisa diidentifikasi dengan besarnya skala usaha yang ditandai dengan meningkatnya volume produksi dan mampu mengolah bahan baku yang lebih banyak. Setiap jenis usaha tentu saja berkeinginan untuk mencapai suatu titik keberhasilan. Keberhasilan suatu usaha dapat diukur melalui pengukuran kinerja yang dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti kinerja keuangan dan image usaha.⁶

Menurut Tambunan dalam Mashuri dkk, faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha diantaranya yaitu kualitas sdm, penguasaan organisasi, struktur organisasi, sistem manajemen, partisipasi, kultur atau budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, dan tingkat entrepreneurship. Adapun

⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Akuntansi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)*, (Yogyakarta: Pt. Pustaka baru, 2019), 8-9.

⁶ Mashuri dkk, “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha*” (Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, (8), No. 1 (2019): 140

hal-hal yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

1. Keterampilan dan kemauan, orang yang terampil dalam bekerja dan mempunyai banyak kemauan bisa berpeluang menjadi pengusaha yang sukses.
2. Ketekunan dan kerja keras, orang yang senantiasa tekun dan memiliki kemampuan untuk bekerja dengan baik dapat menjadi wirausaha yang berhasil.
3. Kesempatan dan peluang, seorang wirausaha harus menciptakan peluang sendiri untuk mengetahui produk apa yang sangat diminati dan dibutuhkan oleh masyarakat.

4. Indikator keberhasilan usaha:

a) Laba atau keuntungan

Laba atau keuntungan merupakan tujuan utama dari bisnis, dimana peningkatan kekayaan dari hasil penanaman modal.

b) Produktivitas

Besar kecilnya produktifitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi. Hal ini akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh.

c) Daya saing

Daya saing merupakan kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil bila dapat mengalahkan lainnya.

d) Kompetensi dan etika usaha

Kompetensi dan etika usaha merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian, dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntutan zaman.

e) Terbangunya citra baik

Citra baik terbagi menjadi dua, yaitu *internal trust* dan *external trust*. Internal trust adalah amanah atau trust dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Sedangkan external trust adalah percaya diri segenap stakeholder perusahaan, baik

itu konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing.⁷

5. Modal Usaha

Secara umum modal merupakan sekumpulan uang atau barang yang dipakai untuk menjalankan sebuah pekerjaan atau usaha. Menurut Zimmerer dalam sari dan hasanah, modal adalah segala bentuk kekayaan yang digunakan untuk memproduksi kekayaan yang lebih banyak lagi untuk perusahaan. Untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal baik itu berupa uang dan tenaga (keahlian). Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, mulai dari biaya investasi, pengurusan izin-izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap, sampai dengan modal kerja. Sementara itu, modal keahlian adalah keahlian dan kemampuan seseorang untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha.⁸

Modal usaha merupakan bagian penting dalam perusahaan yang biasanya berupa sejumlah uang atau barang yang dijalankan untuk menjalankan usaha. Tanpa adanya modal usaha maka tidak bisa berjalan dengan semestinya, bermula dari usaha kecil maupun besar semua memerlukan modal untuk menjalankan usahanya. Modal dalam suatu usaha harus mampu memenuhi dalam membiayai penjualan atau operasional usaha sehari-hari, karena dengan adanya dukungan modal yang besar maka akan dapat memudahkan dalam memenuhi kebutuhan operasional usaha, sehingga suatu usaha tersebut tidak kesulitan dalam keuangan.⁹ Dalam uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila modal yang tersedia dikelola dengan baik, maka sangat mendukung terhadap kelancaran kegiatan usaha, sehingga tujuan yang diharapkan (keberhasilan usaha) dapat tercapai dengan baik.

Secara keseluruhan modal usaha terbagi menjadi 3 bagian yaitu:

⁷ Johannes Sikman Sundarto Nibaho Dan Imelda Sitingjak, *Dampak Karakter Wirausaha Dan Lokasi Usaha Bagi Keberhasilan Usaha Toko Pakaian Di Kota Medan*, JEB Onlinee, (02) No. 02 (2021): 55.

⁸ Raihan Sari Dan Mahmudah Hasanah, *Pendidikan Kewirausahaan*, (Yogyakarta: K-Media, 2019), 55.

⁹ Herman, "Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Jam Kerja terhadap Omzet Penjualan Pedagang Kios di Pasar Tradisioanl", *Jurnal Penelitian Ekonomi*, (1) No. 1 (2020): 6.

a. Modal investasi

Modal investasi merupakan jenis modal usaha yang harus dikeluarkan yang biasanya dipakai dalam jangka panjang. Modal usaha untuk investasi nilainya cukup besar karena dipakai untuk jangka panjang.

b. Modal kerja

Modal kerja adalah modal yang harus dikeluarkan untuk membuat atau membeli barang dagangan. modal kerja ini dapat dikeluarkan tiap bulan atau pada waktu tertentu.

c. Modal operasional

Modal operasional merupakan modal yang harus dikeluarkan untuk membayar biaya operasi bulanan misalnya pembayaran gaji pegawai, listrik, dan sebagainya.

6. Indikator modal usaha:

a. Modal sebagai syarat untuk usaha

Modal usaha merupakan syarat yang diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Setiap usaha atau perusahaan membutuhkan sejumlah dana atau biaya untuk dapat terus beroperasi. Artinya tanpa adanya modal usaha, setiap usaha akan mengalami kesulitan dalam melakukan proses usahanya, baik memproduksi barang-barang maupun melakukan transaksi jual beli barang. Oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atau usaha yang dijalankan.

b. Pemanfaatan modal tambahan

Bantuan modal yang diterima oleh pengusaha atau pelaku usaha dimanfaatkan untuk menjalankan usahanya sehingga volume atau omset penjualan dan keuntungan yang diperoleh bisa meningkat. Modal tambahan sebagaimana tujuan awal, yaitu digunakan untuk mengembangkan usaha.

c. Besar modal

Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan usaha. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan. Dan besar kecilnya modal yang dibutuhkan tergantung dari besar kecilnya usaha yang didirikan dan dijalankan.¹⁰

¹⁰ Muhammad Nando Wahid, *Pengaruh Modal Udsaha Dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Perkembangan Usaha Home Industri Kerupuk*

7. Strategi Pemasaran

Pemasaran adalah suatu kegiatan pokok yang dijalankan oleh para pengusaha pada umumnya untuk menjaga eksistensi perusahaan dan memperoleh keuntungan. Menurut Khotler dalam Hartono dkk, pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Sebagai pemasar, maka terdapat lima fungsi pemasaran yaitu: Memperkuat merek, Mengukur keefektifan pemasaran, Mengarahkan pengembangan produk baru yang didasarkan atas kebutuhan pelanggan, Mengumpulkan ide-ide dari pelanggan, Menggunakan teknologi pemasaran yang baru.¹¹

Strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu dari masing-masing tingkatan dan lokasinya. Strategi pemasaran terdiri dari empat kelompok yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Oleh karena itu pengusaha harus mampu menciptakan pemikiran baru atau ide dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan kinerja pemasaran.¹² Untuk itu langkah yang perlu diambil adalah dengan adanya penyiapan dan berhasilnya suatu usaha, hal ini agar tidak terjadi kelemahan dalam menjalankan usaha. Dalam hal ini strategi pemasaran sangat berpengaruh terhadap penyiapan keberhasilan usaha.

8. Indikator strategi pemasaran:

1. Harga

Khotler menyebutkan harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Seorang penjual menentukan harga berdasarkan suatu kombinasi produk secara fisik ditambah beberapa jasa lain serta keuntungan yang diharapkan.

2. Produk

Assauri menyebutkan Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari,

Kemplang Menurut Perspektif Ekonomi Islam, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020), 36.

¹¹ Muhammad Yusuf Saleh Dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makasar: CV SAH MEDIA, 2019): 9.

¹² Neli Anggraini dkk, "Pengaruh Faktor Lingkungan dan Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM", *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, (7), No. 2 (2021): 154.

dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang meliputi mutu atau kualitas pilihan yang ada, merek, pengemasan, ukuran, jenis, dan jaminan. Produk merupakan barang yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen yang meliputi kualitas produk, harga, kelengkapan produk, dan jaminan.

3. Lokasi

Menentukan tempat atau pasar merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Memilih tempat berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya.

4. Promosi

Setelah produk dibuat maka langkah selanjutnya yaitu melakukan promosi. Promosi merupakan suatu kegiatan untuk menginformasikan, menawarkan atau mengajak masyarakat untuk menjadi pelanggan.¹³

9. Penggunaan Informasi Akuntansi

Informasi akuntansi merupakan alat yang digunakan oleh pengguna informasi untuk pengambilan keputusan terutama oleh pelaku bisnis. Menurut Margani dalam Ikhsan dan Setiawan, informasi akuntansi dapat menjadi dasar yang andal bagi pengambilan keputusan-keputusan dalam pengelolaan usaha. Informasi akuntansi diharapkan dapat didefinisikan sebagai sistem informasi yang bisa mengukur dan mengkomunikasikan informasi keuangan tentang kegiatan ekonomi. Informasi akuntansi yang dihasilkan dari suatu laporan keuangan berguna dalam rangka menyusun berbagai proyeksi, misalnya proyeksi kebutuhan uang kas di masa yang akan datang. Dengan menyusun proyeksi tersebut secara tidak langsung akan mengurangi ketidakpastian, antara lain mengenai kebutuhan akan kas.¹⁴

Informasi akuntansi digolongkan menjadi tiga jenis yaitu antara lain:

- 1) Informasi operasional, berisi informasi yang berupa data mengenai kegiatan produksi operasionalnya. Misalnya

¹³ Muhammad Yusuf Saleh Dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makasar: CV SAH MEDIA, 2019), 148-187

¹⁴ Mas' ud dkk, *Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Kepribadian Wirausahawan dan Pengalaman Berwirausaha Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi*, PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi, (3), No. 4 (2020): 214-215.

informasi jumlah produk yang dihasilkan beserta biaya yang digunakan, pembelian dan penggunaan bahan baku, informasi gaji karyawan dan informasi penjualan.

- 2) Informasi akuntansi manajerial, yaitu informasi yang secara dikhususkan fokus untuk kegiatan manajemen. Informasi ini digunakan untuk perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan. Bentuk dari informasi akuntansi manajerial dapat berupa laporan penjualan, laporan biaya produksi dan laporan laba rugi.
- 3) Informasi dari akuntansi keuangan, informasi jenis ini memuat data-data mengenai kondisi keuangan perusahaan dan kinerja perusahaan, yang berguna bagi semua pihak untuk mengambil keputusan.¹⁵

10. Indikator penggunaan informasi akuntansi:

- a) Mengetahui jumlah produksi setiap hari, Menggunakan informasi akuntansi untuk mengetahui jumlah produksi setiap harinya.
- b) Mengetahui jumlah pembelian bahan baku, Pembelian bahan baku yang diperlukan merupakan faktor yang mempengaruhi besarnya persediaan yang harus diadakan.
- c) Mengetahui jumlah pemakaian bahan baku, Penentuan besarnya persediaan bahan baku yang diperlukan harus sesuai dengan kebutuhan pemakaian bahan tersebut dalam satu periode produksi tertentu.
- d) Mengetahui penggajian dan upah karyawan, Menggunakan informasi akuntansi untuk mengetahui untuk mengetahui penggajian atau upah ke karyawan.
- e) Mengetahui jumlah penjualan, Menggunakan informasi akuntansi untuk mengetahui untuk mengetahui jumlah penjualan setiap harinya.
- f) Merencanakan kegiatan usaha, Menggunakan informasi akuntansi untuk mengetahui perencanaan kegiatan usaha.
- g) Mengetahui proses usaha, Menggunakan informasi akuntansi untuk mengetahui untuk mengimplementasi atau menjalankan usaha.
- h) Mengetahui laporan keuangan, Menggunakan informasi akuntansi untuk mengetahui untuk mengetahui laporan keuangan.

¹⁵ Firdarini dkk., *Pengaruh Pengalaman Usaha Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Keberhasilan Usaha*, 22.

- i) Mengetahui kinerja usaha, Menggunakan informasi akuntansi untuk mengetahui kinerja usaha tiap hariya.
- j) Mengetahui kenaikan atau penurunan modal, Menggunakan informasi akuntansi untuk mengetahui kenaikan atau penurunan modal.¹⁶

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

Penelitian, Judul, Tahun	Variabel	Hasil
Arliani, Indrayani, dan Tripalupi, Pengaruh Perilaku Pelaku Usaha Dan Modal Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha, 2019.	Pelaku Usaha (X1), Modal Usaha (X2), Keberhasilan Usaha (Y).	Pelaku usaha (X1) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y). Modal usaha (X2) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y).
Apriliyani dan Widiyanto, Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Tenaga Kerja Terhadap Keberhasilan Usaha, 2018.	Karakteristik Wirausaha (X1), Modal Usaha (X2), Tenaga Kerja (X3), keberhasilan Usaha (Y).	Karakteristik wirausaha (X1) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y). Modal usaha (X2) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y). Tenaga kerja (X3) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y).
Aidina dan Rudini, Penaruh Modal Usaha Dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha, 2021.	Modal Usaha (X1), Lokasi Usaha (X2), Keberhasilan Usaha (Y).	Modal usaha (X1) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y). Lokasi usaha (X2) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y).
Sholahuddin, Syafii, dan	Modal Usaha (X1),	Modal usaha (X1)

¹⁶ Alex Wibowo Dan Elisabeth Penti Kurniawati, *Pengaruh Penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan usaha kecil menengah (studi pada sentra konveksi di Kecamatan tingkir Kota Salatiga)*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, (18), No. 2 (2015): 113

Abidin, Pengaruh Modal Usaha Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha, 2020.	Inovasi (X2), Keberhasilan Usaha (Y).	tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y). Inovasi (X2) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y).
Dewi, Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha, 2019.	Lokasi Usaha (X1), Modal Usaha (X2). Strategi Pemasaran (X3), Keberhasilan Usaha (Y).	Lokasi usaha (X1) berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y), Modal usaha (X2) berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y), Strategi pemasaran (X3) berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y).
Tambunan, Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha, 2020.	Modal usaha (X1). Kemampuan Wirausaha (X2), Strategi Pemasaran (X3), Keberhasilan Usaha (Y).	Modal Usaha (X1) tidak berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y), Kemampuan Wirausaha (X2) tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y), Strategi pemasaran (X1) berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y).
Merdekawati dan Rosyanti, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan UMKM, 2019.	Pemahaman Akuntansi (X1), Strategi Pemasaran (X2), Keberhasilan Usaha (Y).	Pemahaman akuntansi (X1) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y), Strategi pemasaran (X2) tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y).
Firdarini, Pengaruh Pengalaman Usaha Dan	Pengalaman Usaha (X1), Penggunaan	Pengalaman usaha (X1) berpengaruh

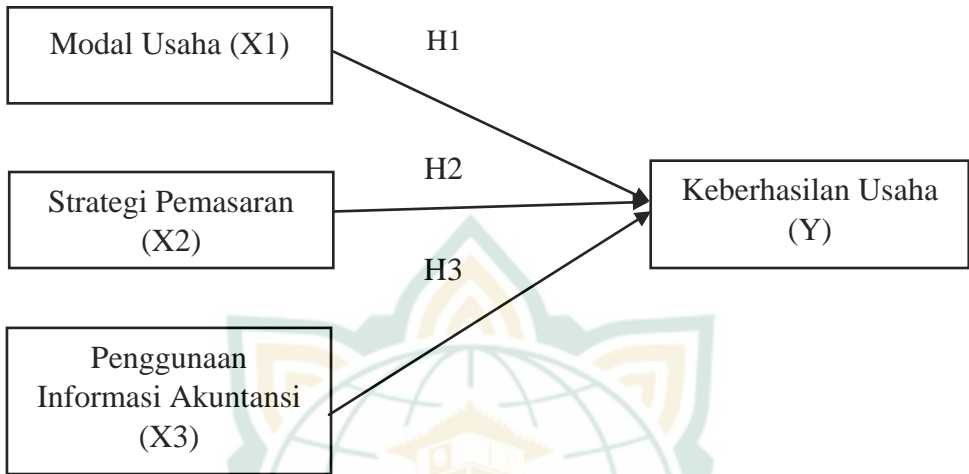
Penggunaan Informasi Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Keberhasilan Usaha, 2019.	Informasi Akuntansi (X2), keberhasilan Usaha (Y).	positif terhadap keberhasilan UMKM (Y). Penggunaan informasi akuntansi (X2) berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM (Y).
Munif, Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Pelatihan Akuntansi Dan Modal Terhadap Keberhasilan Usaha, 2018.	Penggunaan Informasi Akuntansi (X1), Pelatihan Akuntansi (X2), Moda (X3), Keberhasilan Usaha (Y).	Penggunaan informasi akuntansi (X1) tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y). Pelatihan akuntansi (X2) tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y). Modal berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y).
Aranti, Ikhsan, dan Setiawan, Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha, 2020.	Penggunaan Informasi Akuntansi (X1), Keberhasilan Usaha (Y).	Penggunaan informasi akuntansi (X1) berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Y).

C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan dan hasil penelitian sebelumnya maka diajukan model penelitian yang menggambarkan pengaruh modal usaha, strategi usaha dan penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan usaha sebagai variabel dependen.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini menjelaskan pengaruh dari variabel X1, X2, X3 terhadap Y. Variabel independen pada penelitian ini adalah modal usaha (X1), strategi pemasaran (X2), dan penggunaan informasi akuntansi (X3) sedangkan variabel dependeny adalah keberhasilan usaha (Y).

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



D. Hipotesis

a. Modal usaha terhadap keberhasilan usaha

Modal adalah sekumpulan uang atau barang yang dipakai untuk menjalankan sebuah pekerjaan. Modal termasuk hal terpenting dalam sebuah bisnis atau usaha, tanpa modal usaha maka usaha tidak bisa berjalan semestinya. Modal usaha merupakan mutlak yang diperlukan untuk melakukan sebuah kegiatan usaha. Oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang dijalankan.¹⁷ Pemanfaatan modal usaha ini tidak akan lepas dari keberhasilan usaha.

Modal usaha mempunyai pengaruh penting terhadap keberhasilan usaha. Jika modal usaha yang didapatkan semakin baik maka keberhasilan usaha yang akan didapat semakin tinggi. Modal usaha terdiri atas dua jenis yaitu: Modal investasi dan modal kerja. Modal investasi dan modal kerja memiliki perbedaan baik dari segi penggunaan maupun jangka waktu. Modal investasi digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang. Biasanya umurnya lebih dari satu tahun dan dipergunakan untuk membeli aktiva tetap seperti tanah, bangunan, mobil operasional, mesin-mesin, peralatan dan aktiva tetap lainnya. Sementara modal kerja digunakan untuk jangka

¹⁷ Aidina dan Rudini, "Pengaruh Modal Usaha dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah", Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, (6), No. 2 (2021): 49.

pendek dan beberapa kali pakai dalam satu proses produksi. Jangka waktu modal kerja biasanya tidak lebih dari satu tahun dan dipergunakan untuk membiayai kegiatan operasional usaha seperti biaya bahan baku, biaya listrik, biaya air, biaya telpon, gaji dan upah pegawai. Modal kerja bisa berasal dari modal sendiri maupun modal pinjaman atau bisa keduanya. Modal pinjaman bisa diperoleh melalui pinjaman bank (hanya untuk usaha yang sudah berjalan) Biasanya dunia perbankan dapat membiayai modal investasi dan modal kerja baik secara bersamaan maupun sendiri-sendiri (tergantung kebutuhan dan permintaan nasabah). Pemberi pinjaman modal kerja berharap bahwa modal ini dapat memproduksi arus kas yang lebih tinggi guna memastikan pembayaran kembali pada akhir siklus produksi atau penjualan.¹⁸

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arliani, Indrayani, dan Tripalupi menyebutkan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.¹⁹ Begitu juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Apriliyani dan Widiyanto dapat disimpulkan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.²⁰ Adapun penelitian yang dilakukan oleh Aidina dan Rudini menyebutkan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.²¹ Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

H1: Modal Usaha Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha

b. Strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha

Strategi pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan. Usaha pemasaran yaitu suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang yang dapat

¹⁸ Raihan Sari Dan Mahmudah Hasanah, *Pendidikan Kewirausahaan*, (Yogyakarta: K-Media, 2019), 56-57.

¹⁹ Lia Arliani dkk, “Pengaruh Perilaku Pelaku Usaha Dan Modal Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha”, (Jurnal Pendidikan Ekonomi, (11), No. 2 (2019).

²⁰ Miftahul Fatwa Apriliani Dan widyanto, *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Tenaga Kerja Terhadap Keberhasilan Usaha*, (7), No. 2 (2018)

²¹ Minal Aidina Dan Ahmad Rudini, *Pengaruh Modal Usaha Dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha*, (Jurna Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan, (6), No. 2 (2021)

memuaskan keinginan dan kebutuhan baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial.²² Keberhasilan usaha dalam menerapkan strategi pemasaran adalah mampu memberikan kepuasan pada pelanggan. Oleh karena itu semakin banyak pelanggan yang menerima produk yang dikeluarkan maka strategi pemasaran yang dijalankan akan berhasil dalam meraih keberhasilan usaha.

Strategi pemasaran mempunyai pengaruh penting terhadap keberhasilan usaha. Oleh karena itu maka terdapat konsep pada pemasaran yaitu: Kebutuhan, keinginan dan permintaan, Pasar sasaran dan segmentasi, Penawaran dan merek, Nilai dan keputusan, Saluran pemasaran, Rantai pasokan, Persaingan, dan Lingkungan pemasaran. Pemasaran untuk mencapai tujuan akhir diperlukan suatu cara agar tujuan ini tidak hanya satu kali berlangsung namun bisa berkelanjutan, cara inilah disebut dengan strategi pemasaran. Strategi pemasaran adalah alat untuk mencapai tujuan pemasaran agar perusahaan mampu merebut pelanggan. Strategi pemasaran harus konsisten dan layak dilaksanakan oleh perusahaan guna mencapai sasaran pasar yang dituju (target market) dalam jangka panjang dan dalam situasi persaingan tertentu.²³

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi menyebutkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.²⁴ Adapun hasil penelitian yang dilakukan oleh Tambunan menyebutkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.²⁵ Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

H2: Strategi Pemasaran Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha

²² Merdekawati, “Rosyanti, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan UMKM” (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi, (5), No. 2 (2019): 168.

²³ Raihan Sari Dan Mahmudah Hasanah, “Pendidikan Kewirausahaan”, (Yogyakarta: K-Media, 2019), 88.

²⁴ Mirnawati Dewi, “Pengaruh Lokasi Usaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha”, Skripsi, November (2019).

²⁵ Elys Sastika Tambunan, “Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha, Jurnal Pendidikan Ekonomi, (9), No. 3 (2020).

c. Penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan usaha

Informasi akuntansi merupakan informasi yang berisi data-data keuangan tentang suatu entitas, yang berguna untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam menentukan jalannya produksi usaha. Selain itu Informasi akuntansi merupakan proses, cara, perbuatan pemakaian data berupa angka yang menyangkut tentang entitas ekonomi yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam menentukan pilihan-pilihan di antara alternatif-alternatif tindakan. Informasi akuntansi digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan bisnis yang sangat bermanfaat dalam merencanakan, mengelola maupun mengevaluasi usaha. Adanya informasi akuntansi semua kegiatan usaha dapat dikelola dengan baik, sehingga dapat menunjang keberhasilan usaha.

Informasi akuntansi mempunyai pengaruh penting terhadap keberhasilan usaha. seorang usaha akan lebih berhasil jika dalam menjalankan usahanya dilengkapi dengan pencatatan seperti mencatat bahan buku, hasil penjualan, jumlah produksi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha terutama dalam hal semakin meningkatnya jumlah produksi, bertambahnya karyawan dan meningkatnya omset teruji kebenarannya. Informasi akuntansi memungkinkan manajemen untuk mengimplementasikan strategi dan melakukan aktivitas operasional yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi secara keseluruhan. Informasi akuntansi pada dasarnya bersifat keuangan dan salah satunya digunakan untuk tujuan pengambilan keputusan, pengawasan, dan implementasi keputusan-keputusan perusahaan.²⁶ Semakin baik penggunaan informasi akuntansi maka semakin banyak juga keberhasilan usaha yang akan didapatkan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Firdarini menyebutkan bahwa penggunaan informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.²⁷ Begitu juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Aranti, Ikhsan, dan Setiawan dimana dapat disimpulkan bahwa penggunaan informasi

²⁶ Arya Bee Grand Christian, “Peran Penggunaan Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Menunjang Keberhasilan Usaha” (Universitas Kristen Satya Wacana, (7), No. 2 (2016): 79.

²⁷ Khoirunnisa Cahya Firdarini, “Pengaruh Pengalaman Usah Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha”, Jurnal Riset Manajemen, (6), No. 1 (2019).

akuntansi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.²⁸ Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

H3 : Penggunaan Informasi Akuntansi Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha



²⁸ Reni Aryanti dkk, “Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha”, (Jurnal Administrasi Nusantara Mahasiswa, (2), No. 12 (2020)