

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aspek sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Dibutuhkan pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dan perilaku manusia dalam menjalankan berbagai aspek manajemen. Dalam mencapai suatu keberhasilan suatu tujuan, banyak usaha-usaha yang tidak mampu bertahan karena tujuan yang telah ditetapkan tidak dapat tercapai. Hal ini dikarenakan rendahnya kualitas sumber daya manusia, kurangnya sumber daya dan modal, ketidakmampuan untuk beradaptasi dan kurangnya jiwa kewirausahaan (Kusumadewi, 2017). Negara berkembang seperti Indonesia, dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi tidak hanya membutuhkan perusahaan-perusahaan besar sebagai penggerak tetapi juga membutuhkan keterlibatan UMKM di dalamnya.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu bentuk usaha yang dijalankan oleh seorang individu atau kelompok dengan modal dalam jumlah tertentu dan mendirikan perusahaan dengan tujuan mencari keuntungan (Wulandari dan Paramita, 2023). Pertumbuhan UMKM masih menjadi kendala karena mempunyai kekurangan seperti kurangnya pengetahuan seputar dunia *marketing*, *quality control*, sumber daya manusia, dan bahkan tidak sedikit yang kesulitan untuk membuka izin usaha. Dari segala kelemahan yang dimiliki, tentu peran asosiasi UMKM sangat penting dan dibutuhkan. Asosiasi sendiri merupakan perkumpulan orang yang memiliki kepentingan yang sama.

Pertumbuhan UMKM juga dirasakan pada Provinsi Lampung khususnya di Kota Bandar Lampung, dimana keberadaan UMKM berkontribusi pada penyerapan tenaga kerja, meningkatkan pembentukkan produk dan memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian karena dapat memperluas lapangan kerja dan dapat memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat. Setiap tahunnya UMKM mengalami peningkatan, dan peningkatan tersebut dapat dilihat dari tabel 1 berikut:

Tabel 1. Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung Tahun 2022 dan 2023.

Kabupaten/ Kota	Usaha Mikro		Usaha Kecil		Usaha Menengah		Jumlah Usaha	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Lampung Barat	9.736	20.308	–	187	–	26	9.736	20.521
Tanggamus	4.214	27.798	–	2	–	1	4.214	27.801
Lampung Selatan	15.406	41.172	–	–	–	1	15.460	41.173
Lampung Timur	41.250	33.519	–	4	–	5	41.250	33.528
Lampung Tengah	60.841	60.841	–	4	–	3	60.841	60.484
Lampung Utara	27.407	28.655	–	1	–	–	27.407	28.656
Way Kanan	1.100	58.001	–	–	–	3	1.100	58.004
Tulang Bawang	35.612	31.880	–	494	–	54	35.612	32.428
Pesawaran	7.106	43.021	265	278	23	31	7.394	43.330
Pringsewu	24.779	45.246	–	401	–	36	24.779	45.683
Mesuji	8.676	16.238	–	177	–	18	8.676	16.433
Tulang Bawang Barat	7.547	23.479	–	249	–	22	7.547	23.750
Pesisir Barat	8.346	10.512	–	98	–	11	8.346	10.621
Bandar Lampung	4.460	30.934	–	2	–	4	4.460	30.940
Metro	16.640	18.917	26	305	23	48	16.689	19.270
Lampung	273.120	490.521	291	2.202	46	263	273.457	492.986

Sumber : Badan Pusat Statistika Provinsi Lampung (15/05/2024)

Berdasarkan data pada tabel 1 dapat dilihat perkembangan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung tahun 2024 dalam data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Lampung total UMKM dari tahun 2022 hingga 2023 usaha mikro mengalami peningkatan sebanyak 217.401, usaha kecil mengalami peningkatan sebanyak 1.911, dan usaha menengah mengalami peningkatan sebanyak 217 sehingga jumlah pelaku UMKM pada tahun 2022 hingga 2023 mengalami peningkatan sebanyak 219.529 dan pertumbuhan yang dirasakan provinsi Lampung pada tahun tersebut mengalami kenaikan sebanyak 80%. Pada pelaku UMKM di kota Bandar Lampung tahun 2022 hingga 2023 mengalami kenaikan yaitu mencapai 26.480 pelaku UMKM.

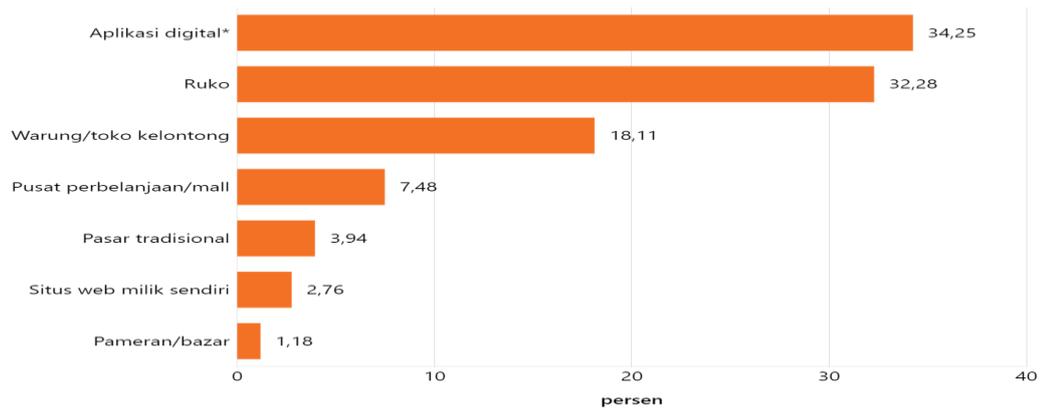
Kemajuan UMKM tidak lepas dari pengaruh seorang pengusaha dalam mengatur kinerja keuangannya dalam hal pendapatan dan pengeluaran. Kinerja keuangan bisa dikatakan hal yang sangat mempengaruhi keberlanjutan usaha.

Sehingga kinerja keuangan UMKM sangat dibutuhkan untuk mengetahui dan mengevaluasi tingkat keberhasilan perusahaan berdasarkan aktivitas keuangan yang telah dilaksanakan. Kinerja keuangan perusahaan merupakan prestasi yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu yang dapat mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut (Deviana, 2020). Pentingnya kinerja ini diharapkan membantu pelaku usaha untuk terus berupaya menjadi lebih baik untuk keberhasilan di masa mendatang. Karenanya kinerja keuangan perlu dilakukan pada setiap akhir periode akuntansi untuk mengetahui tingkat kesehatan usaha, prestasi dan keuntungan yang dicapai (Nurmala, 2018).

Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) telah memberikan dampak positif pada perekonomian. Namun masih terdapat tantangan yang harus diselesaikan oleh UMKM agar tidak mengganggu kinerja keuangan UMKM, yaitu perkembangan teknologi (Hidayat dkk., 2021). Persaingan yang semakin ketat dan diikuti dengan perkembangan teknologi, memberikan dorongan pada pelaku usaha untuk dapat menyesuaikan diri. Dorongan tersebut menjadikan pelaku UMKM termotivasi untuk berinovasi dalam meningkatkan kinerja.

Perkembangan teknologi saat ini sangat berpengaruh bagi kehidupan di dunia. Teknologi yang terus berkembang telah membuat perubahan dalam kehidupan masyarakat khususnya teknologi informasi dan komunikasi (Saraswati, 2020). Keberadaan internet bukan lagi menjadi suatu hal yang biasa bagi seluruh masyarakat di Indonesia, perkembangan internet yang semakin canggih dan semakin terus berkembang menjadikan internet tidak hanya dimanfaatkan untuk mencari data atau informasi melainkan dapat dimanfaatkan untuk pemasaran, salah satunya digunakan untuk transaksi secara *elektronik (online)* melalui *markatplace* atau media sosial.

Penggunaan *e-commerce* adalah faktor pertama yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan. *E-commerce* adalah transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet (Nugroho, 2016). Menurut Lembaga *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) dalam databoks tahun 2024 menyatakan bahwa 33,86% UMKM yang awalnya melakukan pemasaran secara *offline* kini telah memperluas bisnisnya secara *online*. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Proporsi Responden UMKM Berdasarkan Tempat Berjualan Utama
 Sumber: *Institute for Development of Economics and Finance*, tahun 2024

Kemudahan bertransaksi secara *elektronik* membuat pelaku UMKM ikut serta mengembangkan usahanya melalui transaksi internet berbasis *e-commerce*. Karena masyarakat sangat suka berbelanja melalui *online*, maka pedagang merasa tertarik untuk melakukan penjualan dengan menggunakan *platform e-commerce* seperti *online shop* untuk meningkatkan laba perusahaan. Hal tersebut didukung oleh survei INDEF tahun 2024 bahwa alasan utama pelaku UMKM menerapkan digitalisasi karena kepraktisan berjualan secara *online*, paparan yang lebih luas, dan potensi pertumbuhan bisnis yang lebih cepat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Zahra, S. A. dkk., 2023) menunjukkan hasil bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi penggunaan *e-commerce* dapat membantu para pelaku untuk meningkatkan kinerja keuangan yaitu diantaranya memberikan keuntungan bagi para pelaku UMKM karena dapat membuka peluang untuk mendapat pelanggan baru atau pasar baru.

Faktor selanjutnya yang mendukung dalam keberhasilan kinerja keuangan adalah *locus of control*. *Locus of control* (kontrol diri) oleh Rotter pada tahun 1966 dalam Fadilah dan Purwanto, (2022) adalah sejauh mana keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap sumber penyebab suatu peristiwa yang terjadi dalam kehidupannya, apakah akan berhasil atau gagal, jika masih di kendalikan oleh perilaku sendiri (faktor internal) atau oleh semua kejadian yang datangnya dari luar diri individu tersebut (faktor eksternal). Internal akan menganggap bahwa segala sesuatu yang diperoleh dalam hidupnya ditentukan oleh keterampilan serta

keahlian yang dimiliki berdasarkan usaha yang dilakukan. Sedangkan eksternal menganggap bahwasanya kehidupan diri ditentukan oleh kekuatan dari luar seperti dari orang yang memiliki kuasa, nasib, ataupun keberuntungan (Kholilah dan Iramani, 2013). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Arumaningtyas dkk., (2022), menunjukkan bahwa ada pengaruh terhadap kinerja usaha. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Darmawan dkk., (2021), menunjukkan bahwa variabel *locus of control* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM karena jika *Locus of Control* meningkat maka kinerja keuangan akan meningkat, apabila *locus of control* menurun maka kinerja keuangan akan menurun.

Faktor lain yang mempengaruhi kinerja keuangan yaitu pelaku UMKM harus mengetahui bagaimana cara mengelola keuangan. Namun pada kenyataannya UMKM memiliki tantangan dalam mengelola keuangan yang dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu: masalah finansial dan masalah non finansial (Alamsyah, 2020). Masalah yang termasuk dalam masalah finansial salah satunya adalah rendahnya kinerja keuangan UMKM. Kinerja keuangan dapat membantu perusahaan antara lain dapat digunakan sebagai dasar penentuan strategi perusahaan untuk masa yang akan datang dan untuk melihat kinerja organisasi secara keseluruhan. Menurut Alamsyah (2020) Kinerja Keuangan adalah penentuan-penentuan tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan laba. Oleh karena itu, diperlukan upaya-upaya strategis guna meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperluas pengetahuan dan melakukan literasi keuangan.

Menurut Lusardi Mitchell (Ismanto dkk., 2019), menjelaskan bahwa literasi keuangan mengacu pada kemampuan dan pengetahuan keuangan individu yang dapat meningkatkan kesejahteraan finansial. Memperluas pengetahuan dan melakukan literasi keuangan bagi pelaku UMKM dapat meningkatkan kinerja keuangan sehingga pengelolaan dan akuntabilitasnya bisa dipertanggungjawabkan dengan lebih baik sebagaimana layaknya perusahaan besar. Pengertian tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Darmawan dkk., (2021) bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM. Hal ini

berarti semakin tinggi tingkat pemahaman literasi keuangan seorang pelaku UMKM maka semakin tinggi pula kinerja keuangan pelaku UMKM. Adanya literasi keuangan dapat membantu pengusaha kecil dalam membaca, memahami dan menganalisis mengenal keuangan sehingga dapat menghasilkan keputusan keuangan dengan baik.

Berdasarkan penjelasan tersebut dan fenomena yang terjadi serta penelitian-penelitian sebelumnya, maka penelitian ini dilakukan untuk memberikan tambahan temuan empiris mengenai penggunaan *e-commerce*, *locus of control*, dan literasi keuangan dalam kinerja keuangan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut yang dituangkan dalam karya tulis ilmiah berupa skripsi dengan judul **“PENGARUH *E-COMMERCE*, *LOCUS OF CONTROL*, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM (Studi Kasus Pada UMKM di Kota Bandar Lampung)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM?
- b. Apakah *locus of control* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM?
- c. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM?
- d. Apakah *e-commerce*, *locus of control*, dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM?

1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan masalah, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja keuangan UMKM.
- b. Mengetahui pengaruh *locus of control* terhadap kinerja keuangan UMKM.
- c. Mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM.
- d. Mengetahui pengaruh *e-commerce*, *locus of control*, dan literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM.

1.4 Kontribusi Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat antara lain:

a. UMKM

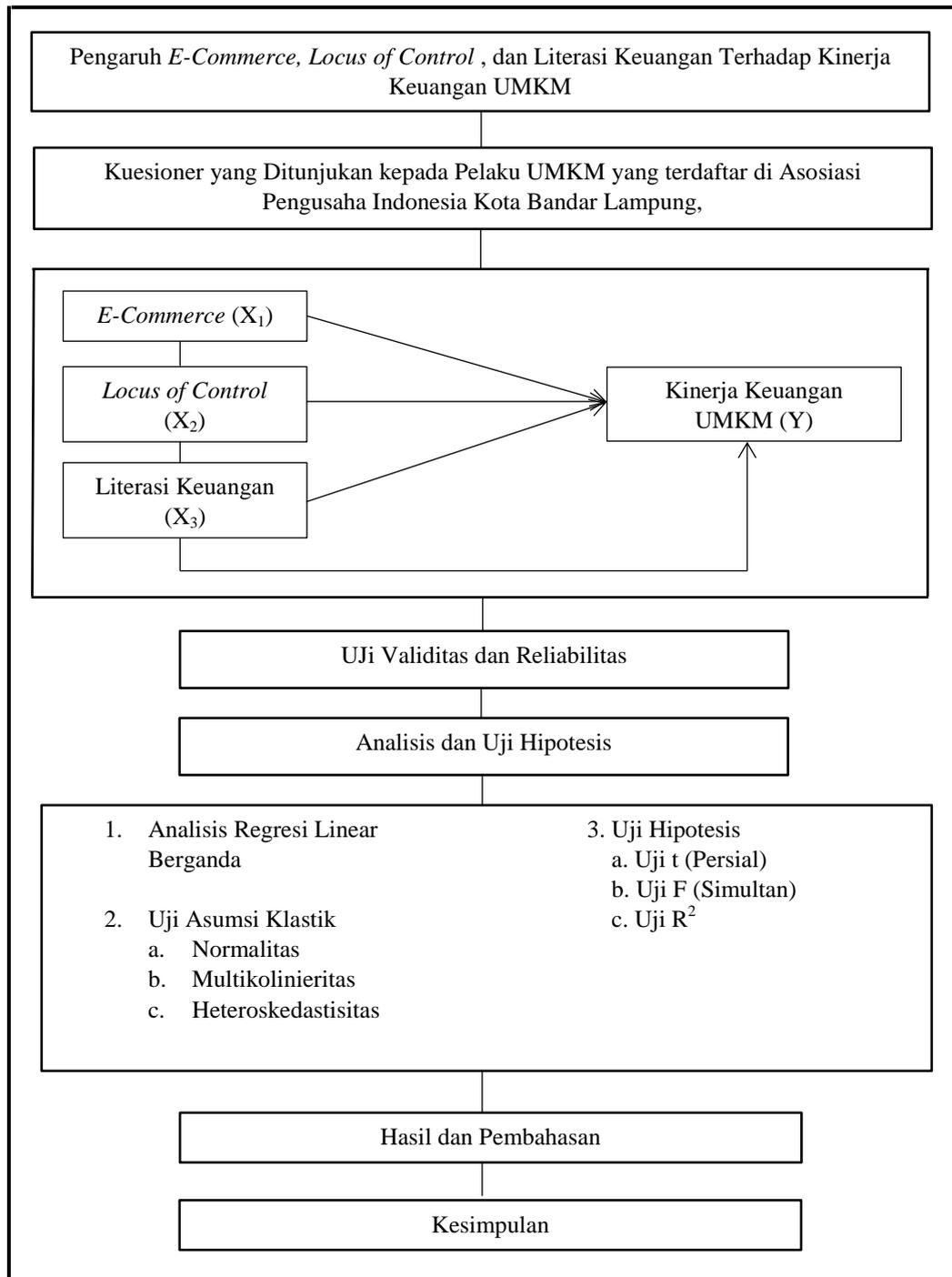
Menjadi masukan bagi pelaku UMKM untuk dapat menerapkan *e-commerce*, *locus of control* dan literasi keuangan dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM.

b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai pengetahuan tambahan bagi pembaca agar dapat mengetahui dampak besar dari literasi keuangan dalam menjalankan usaha khususnya pelaku usaha dengan berbasis *e-commerce*. dengan penelitian ini mahasiswa atau pembaca dapat menjadikan referensi untuk yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang berhubungan terakit judul ini dan dapat mengembangkan secara lebih luas.

1.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian sebelumnya maka kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka pemikiran

II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teori

2.1.1 *Contingency Theory* (Teori Kontijensi)

Teori kontijensi dalam akuntansi manajemen menyatakan bahwa tidak ada satu sistem pengendalian atau struktur organisasi yang terbaik untuk semua perusahaan. Menurut Pratono (2016) teori kontijensi adalah sebuah pendapat bahwa UMKM bisa mencapai kinerja terbaik pada saat struktur UMKM relevan dan mampu mengimplementasi apa yang diberlakukan berdasarkan ukuran, teknologi, dan lingkungannya. Secara umum teori kontijensi merupakan teori yang digunakan untuk melihat dan menganalisis sebuah organisasi. Teori ini mempunyai tujuan untuk menganalisis sistem akuntansi manajemen agar mendapatkan informasi untuk memudahkan dalam pengambilan keputusan (Rahman dalam Darmawan, 2021).

Teori kontijensi menjelaskan bahwa efektivitas strategi manajemen, termasuk pengelolaan keuangan, tergantung pada situasi spesifik atau konteks dimana perusahaan beroperasi. Faktor-faktor seperti ukuran UMKM, sektor industri, dan kondisi pasar lokal akan mempengaruhi kinerja keuangan. Faktor internal yang perlu diperhatikan antara lain proses pengembangan literasi keuangan untuk mengeksplorasi peran struktur UMKM, ukuran perusahaan, teknologi, strategi, dan budaya organisasi. Faktor eksternal merupakan faktor utama yang mempengaruhi kinerja UMKM yaitu lingkungan seperti kondisi ekonomi, tekanan regulasi, peraturan pemerintah, dan persaingan sehingga teori kontijensi tersebut menjelaskan mengenai perusahaan harus menyesuaikan strategi keuangan mereka sesuai dengan perubahan lingkungan eksternal.

Berdasarkan pemaparan dari beberapa peneliti tentang teori kontijensi, maka dapat disimpulkan bahwa teori kontijensi memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami bagaimana faktor internal dan eksternal mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Dengan memahami teori ini, manajer dapat

membuat keputusan yang lebih baik tentang desain sistem pengendalian dan struktur organisasi untuk mencapai kinerja keuangan yang optimal.

2.1.2 Kinerja Keuangan

a. Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang atau organisasi dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu. Kinerja keuangan merupakan gambaran dari hasil analisis dan hasil ekonomi yang dilakukan pada periode tertentu dalam rangka menghasilkan keuntungan secara efisien dan efektif yang tercermin dalam laporan keuangan perusahaan (Purnamawati, 2018).

Menurut Deviana (2020), kinerja keuangan perusahaan merupakan prestasi yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu yang dapat mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut. Sedangkan menurut Kurniawan (2016), kinerja keuangan adalah usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas suatu aktivitas yang telah dilaksanakan oleh perusahaan selama periode tertentu.

b. Kriteria Kinerja Keuangan

Menurut Pernamawati (2018) setiap indikator kinerja diukur berdasarkan kriteria standar tertentu. Dalam mengukur kinerja, terdapat kriteria atau ukuran. Kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kuantitatif (seberapa banyak), ukuran kuantitatif merupakan ukuran paling mudah untuk disusun dan diukurnya yaitu hanya dengan menghitung seberapa banyak unit keluaran kinerja harus dicapai dalam kurun waktu tertentu.
2. Kualitatif (seberapa baik), seberapa baik atau lengkap hasil yang harus dicapai. Kriteria ini antara lain mengemukakan akurasi, presisi, penampilan, kemanfaatan, dan efektivitas. Standar kualitas dapat diekspresikan sebagai tingkat kesalahan.
3. Ketepatan waktu pelaksanaan tugas atau penyelesaian produk. Kriteria yang menentukan keterbatasan waktu untuk memproduksi suatu produk, membuat suatu atau melayani sesuatu.

4. Efektivitas penggunaan sumber organisasi dijadikan sumber indikator jika mengerjakan suatu pekerjaan diisyaratkan menggunakan jumlah sumber tertentu.

2.1.3 Indikator Kinerja Keuangan

Indikator kinerja keuangan mengacu dari penelitian (Triantoro, 2021). Adapun indikator dalam variabel ini yaitu sebagai berikut:

1. Tingkat penjualan selalu stabil bahkan meningkat
Penjualan yang stabil bahkan meningkat memungkinkan untuk mencapai target laba.
2. Pertumbuhan pasar dan pemasaran modal yang membaik
Kinerja keuangan yang baik dan positif cenderung mendorong pertumbuhan pasar modal melalui peningkatan harga saham, kepercayaan investor.
3. Peningkatan modal
Pelaku usaha dengan peningkatan modal dapat memperluas bisnis dan pada akhirnya dapat berkontribusi dalam pasar modal
4. Peningkatan keuntungan usaha
Peningkatan keuntungan usaha yang rendah akan memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah, sehingga dapat mempengaruhi kinerja keuangannya yang kurang baik.

2.1.4 E-Commerce

a. Pengertian e-commerce

E-commerce juga dikenal sebagai perdagangan *elektronik*, adalah kegiatan yang terkait dengan pembelian, penjualan, serta pemasaran barang dan jasa dengan menggunakan sistem *elektronik* seperti *Internet* atau jaringan komputer. Menurut Loudon (1998) dalam Nugroho (2016) *E-commerce* adalah suatu proses yang dilakukan konsumen dalam membeli dan menjual berbagai produk secara *elektronik* dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan.

Pengertian *e-commerce* berbeda-beda tergantung para ahli di bidangnya, namun selalu mempunyai maksud dan tujuan yang sama. Menurut harmayani

dalam Nurhalijah, I. S.,dkk. (2024) menyatakan bahwa *e-commerce* mengacu pada distribusi, pemasaran, pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui sarana elektronik seperti jaringan komputer, televisi, www atau situs web lainnya. *E-commerce* juga mencakup transfer dana *elektronik*, sistem manajemen inventaris otomatis, pertukaran data *elektronik*, dan sistem pengumpulan data otomatis.

Bisnis *e-commerce* merupakan bisnis yang tidak mengenal batas antara penjual dan pembeli atau jarak antara apapun. Dari beberapa definisi *e-commerce*, penulis menyimpulkan bahwa *e-commerce* adalah suatu kegiatan jual beli yang dapat dilakukan secara *online* maupun secara virtual maupun tidak langsung, namun melalui perantara media *elektronik*.

b. Konsep dan klasifikasi *e-commerce*

Sebagai salah satu paradigma baru di dunia *marketing*, tentunya *e-commerce* mempunyai konsep. Adapun konsep dasar dari *e-commerce* terdiri dari lima aspek (Nugroho, 2016).

1. *Automation*, yaitu otomasi bisnis proses sebagai pengganti proses manual.
2. *Streamlining/Integration*, yaitu proses yang terintegrasi untuk mencapai.
3. *Publishing*, yaitu kemudahan berkomunikasi dalam perdagangan.
4. *Interaction*, yaitu pertukaran informasi/data antar pelaku bisnis dengan meminimalisasikan *human error*. tujuan yang efektif serta efisien.
5. *Transaction*, yaitu kesepakatan dua pelaku bisnis untuk bertransaksi dengan melibatkan institusi lain sebagai fungsi pembayaran.

Selain itu, Menurut Nugroho (2016) bisnis *e-commerce* memiliki berbagai macam jenis *e-commerce* seperti tipe bisnis di bidang *Business-to- Business (B2B)*, *Business-to-Consumer (B2C)*, *Consumer-to-Consumer (C2C)*, dan *Consumer-to-Business (C2B)*.

c. Model *E-commerce* di Indonesia

Menurut Nugroho (2016), ada lima model bisnis yang diusung oleh pelaku bisnis *e-commerce* di Indonesia, sebagai berikut:

1. *Classifieds/Listing/Iklan baris*

Adalah model bisnis *e-commerce* paling sederhana yang cocok digunakan di negara berkembang, tiga *website* iklan baris yang terkenal di Indonesia

adalah Tokobagus, Berniaga dan OLX. Metode transaksi yaitu metode COD.

2. *Marketplace C2C (Consumer to Consumer)*

adalah model bisnis dimana *website* yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang tetapi juga memfasilitasi transaksi uang secara *online*. Tiga *website marketplace* di Indonesia ialah Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan lain sebagainya.

3. *Shopping mall*

Model bisnis yang mirip *marketplace*, tapi penjual yang bisa berjualan di sana haruslah penjual atau brand ternama karena proses verifikasi yang ketat. Contohnya adalah aplikasi Blibli.

4. Toko *online* B2C (*Business to Consumer*)

Model bisnis yang sederhana, yakni sebuah toko *online* dengan alamat *website* sendiri dimana penjual memiliki stok produk dan menjualnya secara *online* kepada pembeli, seperti Lazada.

5. Toko *online* di media sosial

Model yang menggunakan *website* media sosial seperti Facebook dan Instagram.

2.1.5 Indikator *E-Commerce*

Indikator *e-commerce* mengacu dari penelitian (Wahyuni dkk., 2021).

Adapun indikator dalam variabel ini yaitu sebagai berikut:

1. Akses Internet

Internet dapat menghubungkan antara penjual dan pembeli tanpa tatap muka, serta memperluas jangkauan pasar.

2. Kemudahan Informasi

Kemudahan informasi dapat mempengaruhi minat bagi pembeli dan dapat mempermudah dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen.

3. Kemampuan Sumber Daya Manusia

Kemampuan sdm berhubungan erat dengan *e-commerce* dalam meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM.

4. Tanggungjawab Manajerial

Pelaku usaha dengan tanggung jawab manajerial yang tinggi dapat menentukan keberhasilan dalam bisnis *online*.

2.1.6 Locus of Control

a. Pengertian locus of control

Konsep *locus of control* adalah bagian dari *social learning theory* yang menyangkut mengenai kepribadian dan mewakili harapan umum mengenai masalah faktor–faktor yang menentukan keberhasilan, pujian dan hukuman terhadap kehidupan seseorang Pervin dalam (Musyafir, 2013). Sedangkan menurut Rotter pada tahun 1966 dalam Fadilah dan Purwanto (2022) *Locus of control* (kontrol diri) adalah sejauh mana keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap sumber penyebab suatu peristiwa yang terjadi dalam kehidupannya, apakah akan berhasil atau gagal, jika masih di kendalikan oleh perilaku sendiri (faktor internal) atau oleh semua kejadian yang datangnya dari luar diri individu tersebut (faktor eksternal).

b. Karakteristik Locus Of Control

Locus Of Control memiliki dua Karakteristik/ Dimensi yang berbeda yaitu *Locus Of Control* Internal dan Eksternal. Perbedaan karakteristik antara internal *locus of control* dengan eksternal *locus of control* menurut Crider tahun 1983 dalam Nazura, (2020) adalah sebagai berikut:

1. Internal locus of control

Locus of control internal terdiri dari satu kategori yaitu *internality* yakni individu yang meyakini bahwa peristiwa yang terjadi dalam kehidupan yang meliputi keberhasilan ataupun kegagalan ditentukan oleh kemampuan dan usaha yang dilakukannya secara mandiri. Sikap individu terwujud dengan usaha yang aktif untuk mencapai tujuan dan bertanggung jawab terhadap kegagalan. Sehingga individu tersebut cenderung gigih, percaya diri, berpikir optimis, berusaha keras, berprestasi, penuh kekuatan, dan pribadi yang tidak tergantung dan efektif. Adapun karakteristik dari Internal *locus of control* adalah:

- a. Suka bekerja keras.
- b. Memiliki inisiatif yang tinggi.
- c. Selalu berusaha untuk menemukan pemecahan masalah.

- d. Selalu mencoba untuk berfikir seefektif mungkin.

2. Eksternal *locus of control*

Yakni individu yang meyakini bahwa peristiwa yang dialami dalam kehidupan, baik keberhasilan atau kegagalan lebih ditentukan atau disebabkan oleh pihak di luar dirinya yang lebih berkuasa. Sikap individu tercermin dengan pasrah terhadap keadaan, tidak berdaya dan tertekan. Sehingga ia cenderung kurang dapat menyesuaikan diri, prestasi lebih rendah, tidak dapat mengontrol emosi, dan kurang percaya diri. Adapun karakteristik dari Eksternal *locus of control* adalah:

- a. Kurang memiliki inisiatif.
- b. Mempunyai harapan bahwa ada sedikit korelasi antara usaha dan kesuksesan.
- c. Kurang suka berusaha karena mereka percaya bahwa faktor luarnya yang mengontrol.
- d. Kurang mencari informasi untuk memecahkan masalah.
- e. Selalu mempunyai persepsi bahwa usaha harus dilakukan jika ingin berhasil.

2.1.7 Indikator *Locus of Control*

Indikator *Locus of Control* mengacu dari penelitian (Nazura, 2020).

Adapun indikator dalam variabel ini yaitu sebagai berikut:

1. Suka Bekerja Keras

Usaha dan keberhasilan memiliki hubungan yang erat sehingga pelaku usaha cenderung bekerja keras untuk mencapai tujuan mereka.

2. Memiliki Inisiatif yang Tinggi

Berinovasi dalam mengembangkan ide serta memiliki inisiatif yang tinggi dalam mengembangkan suatu keputusan tentang tugas yang diberikan perusahaan kepada penanggungjawab.

3. Menemukan Pemecahan Suatu Masalah

Pemecahan suatu masalah dalam usaha merupakan penerapan untuk mengurangi atau menghilangkan hambatan yang menghalangi tercapainya suatu tujuan bisnis dan strategi.

4. Mempunyai Harapan Bahwa Keberhasilan yang diraih merupakan Keberuntungan
Pelaku usaha dengan *locus of control* eksternal selalu berfikir bahwa keberhasilan yang diraih merupakan keberuntungan bukan karena hasil kerja keras pada diri sendiri.
5. Kurang Suka Berusaha
Pelaku usaha dengan *locus of control* eksternal ini memang kurang aktif, kurang memiliki inisiatif sehingga tingkat kinerjanya pun mengalami penurunan atau jarang mengalami peningkatan.

2.1.8 Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2017) Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan keuangan. Dengan literasi keuangan, individu dapat mengelola keuangannya dengan baik dan membuat keputusan keuangan yang bijak untuk kehidupan yang sejahtera di masa depan (Fatimah dan Susanti, 2018).

Lusardi dan Mitchell dalam Suwatno dkk., (2020) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan keuangan dan kemampuan untuk mengimplementasikannya. Sedangkan menurut Darmawan dkk., (2021) dalam penelitiannya mengartikan literasi keuangan sebagai pengetahuan dan kemampuan mengenai konsep keuangan untuk dapat mengambil keputusan secara efektif dan efisien mengenai keuangan. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang akan menghasilkan perilaku keuangan yang bijak dan pengelolaan keuangan yang efektif (Suwatno dkk., 2020).

b. Kategori Literasi Keuangan

Dalam Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan 4 kategori untuk literasi keuangan yaitu:

- a. *Well Litarate*, berarti individu memiliki pengetahuan dan keyakinan yang dimiliki individu mengenai lembaga jasa keuangan beserta produk dan jasa keuangan.

- b. *Sufficient Literate*, berarti individu memiliki pengetahuan dan keyakinan yang dimiliki individu mengenai lembaga jasa keuangan beserta produk dan jasa keuangan, namun belum memiliki keahlian dalam menggunakannya.
- c. *Less Literate*, berarti individu hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga keuangan jasa dan produk jasa keuangan.
- d. *Not Literate*, berarti individu tidak memiliki dan keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk jasa keuangan.

c. Tujuan Literasi Keuangan

Sesuai dengan Rancangan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2017, tujuan dari ditingkatkannya literasi keuangan ini bagi masyarakat adalah:

- a. meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan individu, dan
- b. perubahan sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik sehingga mampu menentukan dan memanfaatkan lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen dan/atau masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan.

2.1.9 Indikator Literasi Keuangan

Indikator Literasi Keuangan mengacu dari penelitian (Pradipta, 2022). Adapun indikator dalam variabel ini yaitu sebagai berikut:

1. Pengetahuan
Mampu memahami dan mengerti mengenai keuntungan bahwa manajemen keuangan memiliki pemahaman yang baik dan kemampuan untuk menangani keuangan.
2. Prilaku
Mampu membuat anggaran dan melakukan penganggaran untuk mendukung rencana kedepannya.
3. Sikap
Kemungkinan untuk mengembangkan rencana untuk mengurangi risiko keuangan dan menetapkan tujuan untuk perencanaan masa depan.
4. Akses Keuangan

Memahami layanan keuangan yang disediakan oleh bank dan mampu menggunakan sumber daya mereka untuk memenuhi permintaan dan mengelola.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan oleh penulis sebagai bahan referensi bagi penelitian yang akan dilakukan, adapun penelitian-penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1	Darmawan, dkk (2021)	Pengaruh Faktor Demografi, Locus of Control, Literasi keuangan, dan Inklusi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM	Dependen Y: Kinerja Keuangan UMKM Independen X ¹ : Faktor Demografi X ² : Locus of Control X ³ : Literasi Keuangan X ⁴ : Inklusi Keuangan	Metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara faktor demografi, locus of control, literasi keuangan, dan inklusi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM
2	Arumaningtyas dan dkk (2022)	Pengaruh Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> dan <i>Locus of Control</i> terhadap Kinerja Usaha Mahasiswa Pelaku Bisnis Online	Dependen Y: Kinerja Usaha Independen X ¹ : Pemanfaatan <i>E-commerce</i> X ² : <i>Locus of Control</i>	Metode Kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh dan signifikan terhadap kinerja usaha. Pemanfaatan e-commerce, <i>Locus of Control</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha bisnis <i>online</i> yang dijalankan mahasiswa

Tabel 2. Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
3	Zahra, dkk (2023)	Pengaruh adopsi <i>E-commerce</i> , penggunaan sia, dan pemahaman literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMK	Dependen Y: Kinerja Keuangan UMK Independen X ¹ : <i>E-Commerce</i> X ² : Penggunaan SIA X ³ : Literasi Keuangan	Metode Kuantitatif dengan Non-probability sampling	Hasil penelitian membuktikan variabel <i>e-commerce</i> , penggunaan SIA, dan literasi keuangan berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja keuangan
4	Alamsyah (2020)	Pengaruh Literasi Keuangan dan kualitas manajemen keuangan terhadap kinerja keuangan pada ukm meubel di kota Gorontalo	Dependen Y: Kinerja UMKM Independen X ¹ : Literasi Keuangan X ² : Manajemen Keuangan	Metode Purposive Sampling	Hasil penelitian ini menunjukkan literasi keuangan, dan manajemen keuangan berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja keuangan ukm di kota Gorontalo
5	Wahyuni, dkk (2021)	Pengaruh <i>e-commerce</i> , Budaya Organisasi, Sistem Informasi dan Literasi Keuangan terhadap kinerja UMKM di Kota Magelang	Dependen Y: Kinerja UMKM Independen X ¹ : <i>E-Commerce</i> X ² : Budaya Organisasi X ³ : SIA X ⁴ : Literasi Keuangan	Metode Kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>e-commerce</i> dan literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM, sedangkan budaya organisasi dan system informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja Usaha mikro kecil menengah (UMKM)

Tabel 2. Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
6	Krismadayanti, dkk (2023)	Pengaruh Literasi, Inklusif Keuangan Syariah dan Locus Of Control Terhadap Kinerja Keuangan dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Bandar Lampung	Dependen Y: Kinerja Keuangan Independen X ¹ : Literasi X ² : Inklusif Keuangan X ³ : <i>Locus of Control</i>	Metode Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM Kota Bandar Lampung, sedangkan inskulf keuangan syariah dan <i>locus of control</i> secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM Kota Bandar Lampung

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *E-commerce* terhadap Kinerja Keuangan UMKM

E-commerce merupakan aktivitas yang berkaitan dengan pembelian, penjualan, pemasaran barang atau jasa yang memanfaatkan aplikasi atau sistem elektronik (Almira dan Hadiani, 2019). Penelitian yang dilaksanakan Zahra, S. A. dkk (2023) dalam penelitiannya membuktikan *E-commerce* mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan. Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Arumaningtyas (2022) menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kinerja usaha. *E-commerce* ialah tempat yang dapat dipergunakan untuk menyokong penjualan produk UMKM. Mereka percaya *e-commerce* mampu meningkatkan profit serta menarik intensi konsumen baru. Maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H₁: *E-commerce* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM.

2.3.2 Pengaruh *Locus of Control* terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Locus of control dibagi menjadi dua yaitu *locus of control internal* dan *locus of control eksternal*. Seseorang yang mempunyai *locus of control internal* biasanya cenderung percaya bahwa yang dilakukan adalah usaha sendiri sesuai dengan keterampilan dan kemampuan yang menentukan kehidupan. Sebaliknya seseorang yang mempunyai *locus of control eksternal* cenderung percaya bahwa yang menentukan adalah faktor dari luar takdir dan juga orang yang lebih tinggi kekuasaannya. Hubungan antara *contingency theory* yaitu pemimpin dengan *locus of control internal* cenderung merasa bahwa mereka memiliki kendali lebih besar atas situasi dan mungkin lebih fleksibel dalam menyesuaikan gaya kepemimpinan sesuai dengan situasi yang berbeda.

Selain itu penelitian oleh Darmawan, dkk (2021) menunjukkan bahwa *Locus of Control* mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan dan menurut (Krismadayanti., dkk 2023) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa *locus of control* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pemilik usaha dengan *locus of control* yang baik memiliki keyakinan yang lebih tinggi bahwa keberhasilan mereka terjadi karena dari diri sendiri, sehingga pemilik usaha lebih mampu menghadapi tekanan dan meningkatkan kinerja keuangan. Maka hipotesis kedua dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₂: *Locus of Control* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM.

2.3.3 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Literasi sering dikaitkan dengan menulis maupun membaca, namun di masyarakat kata literasi masih sangat jarang digunakan. Menurut Ismanto dkk., (2019) Pemahaman mengenai literasi keuangan sangat berguna dalam pengambilan keputusan keuangan konsumen baik secara kelompok maupun individu dan juga dalam menghadapi persaingan pasar. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Alamsyah, M. F., (2020), menunjukkan bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM. Berbeda dengan penelitian Krismadayanti dkk., (2023) yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa Literasi keuangan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM. Maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₃: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM.

2.3.4 Pengaruh *E-Commerce*, *Locus of Control* dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Integritas *E-commerce*, pengembangan *locus of control* yang kuat dan peningkatan literasi keuangan dapat secara signifikan meningkatkan kinerja keuangan karena dengan *e-commerce* dapat memperluas jangkauan pasar, pelaku usaha dengan *locus of control* yang baik dapat mengarah pada pengambilan keputusan yang lebih baik, dan meningkatkan literasi keuangan dapat membuat keputusan mengenai pembiayaan, pengelolaan arus kas yang semuanya berkontribusi pada kinerja keuangan yang lebih baik.

Berdasarkan seluruh uraian mengenai *e-commerce*, *locus of control*, dan literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis mengajukan hipotesis penelitian dengan mengansumsikan bahwa *e-commerce*, *locus of control*, dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM. sehingga hipotesis keempat dari penelitian ini adalah:

H_4 : *E-commerce*, *Locus of Control*, dan Literasi Keuangan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM.