

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara dengan struktur ekonomi yang sangat bergantung pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia, menjadikannya tulang punggung ekonomi nasional. Data tersebut secara jelas menunjukkan bahwa keberlanjutan dan tingkat profitabilitas UMKM berhubungan erat dengan kondisi kesejahteraan nasional. Oleh karena itu, penguatan sektor UMKM pada dasarnya merupakan strategi penting dalam memperkokoh fondasi perekonomian Indonesia (Rahyati, 2025).

Keanekaragaman budaya Indonesia yang tercermin dalam ragam kuliner tradisional hingga modern memberikan daya tarik tersendiri, baik bagi pasar domestik maupun internasional (Putra & Ramadhayanti, 2024). Sektor kuliner dipilih sebagai fokus penelitian karena merupakan salah satu sub-sektor yang paling dinamis dan memiliki daya tarik tinggi bagi pasar domestik. Menurut data di Kabupaten Bantul, sektor kuliner berkembang pesat seiring pertumbuhan pariwisata dan urbanisasi, serta didukung oleh berbagai event promosi kuliner lokal yang mendorong pertumbuhan jumlah unit usaha dan nilai transaksi secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa sektor kuliner tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi lokal, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam mendukung

ketahanan ekonomi nasional di tengah berbagai gejolak global. Profitabilitas menjadi indikator kunci keberhasilan UMKM, yang mencerminkan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan dari operasionalnya, dipengaruhi oleh efisiensi operasional dan strategi penetapan harga (Rahyati, 2025). Meskipun demikian, UMKM sektor kuliner dihadapkan pada berbagai tantangan yang mempengaruhi profitabilitasnya, seperti keterbatasan modal, persaingan ketat, dan adopsi teknologi yang masih belum optimal (Rahyati, 2025). Keberhasilan suatu usaha tidak hanya diukur dari keberlanjutannya, tetapi secara fundamental dievaluasi melalui profitabilitasnya.

Profitabilitas merupakan alat ukur yang paling esensial untuk menilai kinerja perusahaan dan mencerminkan seberapa efektif manajemen dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan laba. Tingkat laba yang tinggi merupakan ceminan dari kinerja perusahaan yang sangat baik, yang selaras dengan produktivitas aset yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan. Sebaliknya, laba yang rendah mengindikasikan kondisi kinerja keuangan yang buruk dan manajemen yang tidak efektif, yang dapat berujung pada penurunan minat investor (Dianasari & Yasa, 2023). Namun, terlepas dari pentingnya profitabilitas, banyak pelaku UMKM masih menghadapi kendala mendasar dalam menyusun laporan keuangan yang berkualitas, yang merupakan prasyarat untuk mengukur kinerja finansial secara akurat. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas UMKM menjadi sangat krusial. Faktor-faktor seperti ukuran usaha dan struktur modal juga memiliki implikasi yang

signifikan terhadap kemampuan UMKM dalam memanfaatkan peluang digital dan mencapai profitabilitas berkelanjutan (Rahyati, 2025).

Ukuran usaha juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi profitabilitas UMKM sektor kuliner. Ukuran usaha dapat diukur dari total aset, omzet, atau jumlah tenaga kerja yang dimiliki. Ukuran usaha memiliki implikasi signifikan terhadap operasional dan manajerial UMKM. Usaha mikro cenderung memiliki skala kecil, modal terbatas, manajemen yang masih sederhana, dan seringkali mencampur keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Hal ini dapat menyebabkan kesulitan dalam menghitung keuntungan dan kerugian, serta menghambat pengambilan tindakan preventif dalam pengelolaan keuangan (Wulandari & Widyastuti, 2023). Sebaliknya, UMKM yang lebih besar, seperti usaha kecil dan menengah, umumnya memiliki struktur manajemen yang lebih formal, akses yang lebih baik ke lembaga keuangan, dan kemampuan adaptasi yang lebih tinggi terhadap teknologi dan inovasi (Wulandari & Widyastuti, 2023).

Struktur modal merupakan variabel berikutnya yang sangat berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM sektor kuliner. Struktur modal yang sehat, yaitu proporsi yang seimbang antara modal sendiri dan pinjaman, dapat meningkatkan fleksibilitas keuangan dan kemampuan UMKM dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Struktur modal adalah komposisi pendanaan perusahaan yang terdiri dari modal sendiri (*ekuitas*) dan utang (*liabilitas*). Keputusan mengenai struktur modal sangat penting karena secara langsung mempengaruhi risiko keuangan, fleksibilitas operasional, dan profitabilitas perusahaan secara keseluruhan.

Bagi UMKM, sumber pendanaan umum sangat bervariasi, mulai dari tabungan pribadi, pinjaman bank (seperti Kredit Usaha Rakyat/KUR), hingga membentuk pendanaan inovatif seperti *venture capital*, *crowdfunding*, dan hibah pemerintah. Risiko finansial yang signifikan dapat timbul dari pengelolaan struktur modal yang buruk, seperti beban bunga yang tinggi dari utang yang berlebihan. Selain itu, profitabilitas yang tidak memadai dapat menyulitkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memenuhi kewajiban jangka pendek mereka, yang pada akhirnya mengganggu operasional dan keberlanjutan usaha mereka. Dengan demikian, memahami hubungan antara struktur modal dan profitabilitas UMKM sangatlah krusial untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing mereka ditengah persaingan yang ketat (Putra & Ramadhayanti, 2024).

Pesatnya kemajuan teknologi telah mendorong UMKM untuk mengadopsi *transformasi digital*. Salah satu aspek penting dari *transformasi* ini adalah penggunaan sistem pembayaran digital atau *digital payment*. Pembayaran digital adalah metode pembayaran non-tunai yang memanfaatkan media elektronik, seperti dompet digital (e-wallet), dan internet banking. Saat ini, sistem pembayaran digital menjadi kebutuhan esensial bagi konsumen dan pelaku bisnis, memungkinkan transaksi yang lebih cepat, nyaman, dan aman. Penggunaan *digital payment* dapat meningkatkan *efisiensi* operasional dan memperluas jangkauan pasar, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan profitabilitas (Fitriana et al., 2025).

Bagi UMKM, digitalisasi pembayaran memberikan manfaat ganda. Pertama, dapat menarik lebih banyak konsumen dengan menawarkan variasi pembayaran yang beragam dan mudah. Kedua, dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan

mempermudah pelacakan transaksi dan pengelolaan arus kas. Peningkatan efisiensi ini pada gilirannya dapat menekan biaya administrasi dan risiko kesalahan, yang secara langsung berdampak positif terhadap profitabilitas. *Digital payment* tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga memainkan peran krusial dalam memfasilitasi pengelolaan keuangan UMKM. Sistem ini memungkinkan pemilik usaha untuk melacak transaksi dengan lebih mudah, memberikan data yang lebih akurat dan terintegrasi untuk pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat (Fitriana et al., 2025). Namun, dibalik kemudahan tersebut terdapat faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan. Adopsi teknologi *digital marketing* saja tidak cukup jika, tidak ada usaha untuk melakukan promosi yang gencar. Tanpa pemahaman yang memadai, teknologi hanya akan menjadi alat, bukan strategi yang terintegrasi untuk peningkatan profitabilitas.

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk dan layanan UMKM. Dalam praktiknya, pemasaran digital mencakup penggunaan berbagai *platform*, seperti media sosial, *platform e-commerce*, dan iklan digital. Peran *digital marketing* telah melampaui sekedar alat promosi, ia kini menjadi pendorong inovasi yang memungkinkan UMKM menciptakan pengalaman yang lebih personal dan adaptif bagi konsumen. *Digital marketing* memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan metode konvensional. UMKM kini dapat menembus batasan geografis, mencapai konsumen di berbagai wilayah bahkan hingga pasar global. Perluasan jangkauan ini secara langsung berkorelasi dengan peningkatan volume penjualan dan omzet, yang menjadi kunci utama

peningkatan laba. Pemasaran yang efektif melalui media sosial dapat meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya mendorong keputusan pembelian (Arsyad et al., 2023).

Digital marketing adalah bagian tak terpisahkan dari konsep *transformasi digital* yang lebih luas. *Transformasi digital* secara menyeluruh, yang mencakup pemasaran dan pembayaran, menjadi kunci untuk mencapai dampak maksimal pada profitabilitas. *Digital marketing* menciptakan permintaan dan meningkatkan penjualan, yang pada gilirannya menciptakan kebutuhan akan sistem transaksi yang efisien dan andal. Di sinilah peran teknologi keuangan (*fintech*) dan *e-commerce* menjadi sangat krusial. Hal ini menunjukkan bahwa dampak terbesar pada profitabilitas tercapai ketika UMKM tidak hanya memasarkan produknya secara digital, tetapi juga mengintegrasikan sistem pembayaran yang efisien dan aman. Sinergi antara menciptakan permintaan melalui *digital marketing* dan memfasilitasi transaksi melalui *digital payment* menghasilkan keuntungan yang lebih besar (Arsyad et al., 2023).

Berdasarkan pengamatan langsung yang telah dilakukan peneliti pada UMKM sektor kuliner di Kabupaten Bantul. Peneliti menemukan banyak UMKM yang belum menggunakan *digital payment* dan *digital marketing* dalam menjalankan usahanya. Sehingga, market pasar mereka hanya masyarakat sekitar dan masyarakat yang sedang melintas saja. Para pelaku UMKM juga banyak yang tidak bertahan lama karena terkendalanya modal usaha, kurangnya inovasi serta persaingan yang sangat ketat menjadi faktor mengapa UMKM di Bantul banyak yang gulung tikar. Mengacu pada penelitian Perdana et al. (2023) menyatakan bahwa skala usaha

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM, dimana usaha berskala lebih besar mencapai tingkat profitabilitas yang lebih tinggi. Namun, penelitian Wulandari & Widyastuti (2023), menunjukkan bahwa ukuran usaha berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.

Ditinjau berdasarkan perspektif dari Putra & Ramadhayanti (2024) pada UMKM di Kelurahan Menteng Dalam menemukan bahwa struktur modal memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap profitabilitas. Penelitian Wulandari & Widyastuti (2023) menemukan bahwa struktur modal memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Namun, penelitian yang dilakukan oleh (Perdana et al., 2023) menunjukkan bahwa dimensi pembiayaan (struktur modal), termasuk pinjaman bank, berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM. Mengacu pada penelitian yang dikemukakan oleh Firdarini & Kundala (2025), *digital payment* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM, sedangkan penelitian Fitriana et al. (2025) menyatakan bahwa *digitalisasi* pembayaran berpengaruh positif dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas UMKM.

Penelitian Arsyad et al. (2023) menunjukkan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UKM. Penelitian Rahyati (2025) menunjukkan bahwa *transformasi digital* (yang mencakup *digital marketing*) memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas UMKM. Walaupun temuan ini selaras, masih terbatasnya penelitian yang secara komprehensif mengintegrasikan variabel *digital marketing* dengan faktor manajerial dan finansial seperti ukuran usaha, struktur modal, dan *digital payment* dalam satu model. Kesenjangan ini

menunjukkan bahwa sinergi antar variabel dalam konteks spesifik UMKM kuliner di Kabupaten Bantul belum sepenuhnya dipahami, sehingga membenarkan urgensi penelitian ini untuk memberikan bukti empiris yang lebih holistik.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul penelitian **“PENGARUH UKURAN USAHA, STRUKTUR MODAL, *DIGITAL PAYMENT*, DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP PROFITABILITAS UMKM (Studi Kasus: UMKM Sektor Kuliner Kabupaten Bantul)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah ukuran usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM?
- b. Apakah struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM sektor kuliner di Kabupaten Bantul?
- c. Apakah *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM sektor kuliner di Kabupaten Bantul?
- d. Apakah *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM?
- e. Apakah ukuran usaha, struktur modal, *digital payment*, dan *digital marketing* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas UMKM sektor kuliner di Kabupaten Bantul?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk menguji dan membuktikan apakah ukuran usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM sektor kuliner di Kabupaten Bantul.
- b. Untuk menguji dan membuktikan apakah struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM sektor kuliner di Kabupaten Bantul.
- c. Untuk menguji dan membuktikan apakah *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM sektor kuliner di Kabupaten Bantul.
- d. Untuk menguji dan membuktikan apakah *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM sektor kuliner di Kabupaten Bantul.
- e. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh ukuran usaha, struktur modal, *digital payment*, dan *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas UMKM sektor kuliner di Kabupaten Bantul.

1.4 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini terfokus dan terarah, maka batasan penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian hanya dilakukan pada UMKM sektor kuliner yang berada di wilayah Kabupaten Bantul.

- b. Variabel independen yang dianalisis meliputi ukuran usaha, struktur modal, *digital payment*, dan *digital marketing*. Variabel dependen yang dianalisis adalah profitabilitas UMKM sektor kuliner.
- c. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner kepada pelaku UMKM sektor kuliner di Kabupaten Bantul.
- d. Penelitian ini tidak membahas variabel lain di luar yang telah ditentukan, seperti *solvabilitas*, atau faktor eksternal ekonomi makro.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM Sektor Kuliner

Penelitian ini akan menghasilkan temuan empiris yang spesifik mengenai UMKM sektor kuliner di Kabupaten Bantul, sehingga dapat menjadi panduan strategis yang relevan. Hasil analisis akan menunjukkan variabel mana (Ukuran Usaha, Struktur Modal, *Digital Payment*, atau *Digital Marketing*) yang paling dominan memengaruhi peningkatan profitabilitas mereka. Dengan memahami dampak positif dari *Digital Marketing*, pelaku usaha dapat merancang strategi konten media sosial dan *e-commerce* yang lebih agresif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan omzet penjualan. Selain itu, temuan mengenai *Digital Payment* akan membantu UMKM mengoptimalkan pengelolaan arus kas, meningkatkan efisiensi transaksi, dan memberikan variasi pembayaran yang disukai konsumen, yang secara langsung berdampak pada peningkatan laba. Manfaat ini akan

mendorong pelaku UMKM untuk mengambil keputusan investasi yang lebih bijaksana dalam hal modal dan teknologi, demi keberlanjutan usaha mereka.

2. Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa, khususnya di bidang Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi Pembangunan, penelitian ini dapat berfungsi sebagai sumber literatur ilmiah yang mendalam dan *up-to-date*. Penelitian ini memberikan contoh konkret bagaimana konsep-konsep teoretis seperti *Resource-Based View (RBV)* dan *Transaction Cost Economics (TCE)* diaplikasikan dalam konteks UMKM di era digital. Mahasiswa dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai referensi utama, terutama pada pembahasan mengenai *research gap* yang menunjukkan inkonsistensi temuan antar variabel. Selain itu, metodologi kuantitatif yang detail, mulai dari penentuan sampel hingga teknik analisis regresi linear berganda, dapat menjadi panduan praktis dalam menyusun skripsi atau karya tulis ilmiah selanjutnya.

3. Bagi Universitas

Bagi Universitas, hasil penelitian ini memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan peningkatan reputasi akademik. Penelitian ini akan menambah koleksi literatur kampus yang teruji secara empiris dan relevan dengan isu-isu ekonomi kontemporer di tingkat regional. Temuan penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi Pusat Studi atau Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Amikom Yogyakarta untuk merancang program pengabdian yang fokus pada pemberdayaan UMKM. Program ini dapat berupa pelatihan spesifik

mengenai implementasi *Digital Payment* atau lokakarya pengelolaan Struktur Modal UMKM, yang pada akhirnya akan memperkuat peran tri dharma perguruan tinggi dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

