

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh ukuran usaha, struktur modal, *digital payment*, dan *digital marketing* terhadap profitabilitas UMKM sektor kuliner di Kabupaten Bantul, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- A. Ukuran usaha (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM (Y) sektor kuliner di Kabupaten Bantul.
- B. Struktur modal (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM (Y) sektor kuliner di Kabupaten Bantul.
- C. *Digital payment* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM (Y) sektor kuliner di Kabupaten Bantul.
- D. *Digital Marketing* (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas UMKM (Y) sektor kuliner di Kabupaten Bantul.
- E. Ukuran usaha (X1), Struktur modal (X2), *Digital payment* (X3), dan *Digital Marketing* (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas UMKM (Y) sektor kuliner di Kabupaten Bantul.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- A. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas jangkauan penelitian ke wilayah yang berada di luar Kabupaten Bantul ataupun dapat

menggunakan sub-sektor yang berbeda, tentunya tidak terbatas pada sektor kuliner agar hasil penelitian dapat digeneralisasi pada spektrum UMKM yang lebih luas. Mengingat nilai *adjusted r square* sebesar 0,756 menunjukkan masih adanya 24,4% variabel profitabilitas yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel baru yang lebih relevan.

- B. Bagi pelaku UMKM diharapkan untuk memperkuat kehadiran digitalisasi dengan memanfaatkan *digital payment* seperti Qris secara maksimal untuk mempermudah pencatatan keuangan otomatis dan meminimalisir kesalahan manual. Dalam pemasaran penjualan diharapkan untuk melakukan promosi pada platform Instagram, TikTok, Facebook agar dapat membangun *brand awareness* dan memperluas jangkauan konsumen berdatangan untuk membeli produk UMKM.
- C. Bagi perguruan tinggi, diharapkan untuk dapat meningkatkan pembahasan mengenai pembangunan perekonomian daerah, dilingkup kampus Universitas Amikom Yogyakarta. Hasil penelitian ini memperkuat peran perguruan tinggi dalam memberikan solusi berbasis data bagi permasalahan nyata di masyarakat, khususnya dalam mendukung *transformasi digital* UMKM lokal.