

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

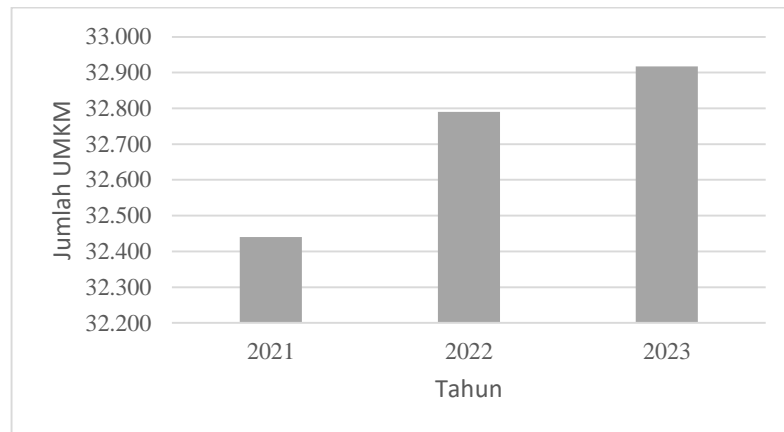
Era globalisasi yang semakin berkembang sekarang membuat tantangan dan kompetisi semakin tajam bagi pelaku usaha, dengan keadaan yang seperti ini pelaku usaha dituntut untuk mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya secara optimal dan produktif, Agar dapat tetap mempertahankan keberlangsungan hidup usahanya. Indonesia sedang mengalami kemajuan sebagai salah satu negara yang berkembang mengikuti pola ekonomi terbuka dimana pemerintahnya terlibat aktif dari dalam maupun luar negeri untuk mengelola dan memperkuat pertumbuhan ekonomi domestiknya.

Perekonomian Indonesia saat ini secara dominan didorong oleh pertumbuhan konsumsi rumah tangga, dengan satu diantaranya sektor industri yang mengalami kemajuan pesat adalah sektor makanan dan minuman, terutama oleh jumlah yang semakin besar dari konsumen kelas menengah. Sebagai hasilnya, industri ini telah menjadi arena bagi perusahaan lokal yang sangat ambisius dan berhasil memperluas pangsa pasar global melalui ekspor (kemenkeu.go.id, 2022)

Kehadiran dan peran UMKM dalam perekonomian nasional terbukti sangat signifikan dilihat bahwa UMKM tidak hanya memberdayakan individu yang belum bekerja untuk mengurangi pengangguran, tetapi juga

memungkinkan masyarakat memenuhi kebutuhan pribadi mereka dan mengurangi tingkat kemiskinan. Pada saat ini seperti kita ketahui bahwa data jumlah UMKM (Usaha Kecil, Mikro & Menengah) di Indonesia yakni 64,2 Juta UMKM. Penyerapan tenaga kerja oleh UMKM sebesar 97 % dari total angkatan kerja di Indonesia. Selain itu juga kontribusi UMKM terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) adalah sebesar 61 %. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM adalah potensi penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia dan juga dengan banyaknya UMKM yang dapat naik kelas atau berkembang maka akan sangat membantu dalam pengurangan angka pengangguran di Indonesia.

Kota Yogyakarta merupakan suatu daerah yang memiliki jumlah umkm paling sedikit dibandingkan dengan daerah-daerah lain yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta sedangkan Kota Yogyakarta merupakan daerah yang memiliki banyak objek wisata. Padahal UMKM sedikit tetapi untuk tempat wisata banyak, harusnya ketika objek wisata banyak maka jumlah UMKM juga ikutan banyak, sehingga penelitian ini memilih objek Kota Yogyakarta, di Kota Yogyakarta pertumbuhan ekonomi masyarakat sangat bergantung pada kontribusi UMKM. UMKM menjadi salah satu pilihan pekerjaan yang diminati oleh penduduk Kota Yogyakarta. Berdasarkan informasi dari platform dataku, hingga akhir tahun 2023, terdapat 32.917 pelaku UMKM. Adapun data pertumbuhan UMKM di Kota Yogyakarta mengacu pada gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Pertumbuhan UMKM di Kota Yogyakarta

Dari gambar 1.1 dapat dijelaskan bahwa pertumbuhan UMKM di Kota Yogyakarta semakin tahun mengalami peningkatan pada tahun 2021 sebanyak 32.440, tahun 2022 sebanyak 32.790, tahun 2023 sebanyak 32.917. Pada tiga tahun terakhir UMKM di Kota Yogyakarta mengalami pertumbuhan. Akan tetapi menurut Dinas Koperasi dan UMKM Kota Yogyakarta pertumbuhan UMKM belum bisa dioptimalkan dikarenakan pelaku UMKM di Kota Yogyakarta paling dominan pada sektor mikro dan tidak banyak pelaku UMKM yang naik kelas ke sektor kecil, pelaku UMKM juga kesusahan dalam melakukan ekspor, hal ini memperlihatkan bahwa pelaku UMKM hanya jalan di tempat sehingga menyebabkan rendahnya kinerja UMKM di Kota Yogyakarta.

Kinerja adalah sebuah hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan yang sangat erat dengan tujuan dari organisasi, kepuasan pembeli dan memberikan kontribusi pada ekonomi (Saputro dkk., 2022). Dalam menjalankan usahanya, UMKM perlu memiliki pengetahuan dan keterampilan yang efektif. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis untuk

meningkatkan pertumbuhan UMKM. Salah satu langkah penting adalah memperluas pengetahuan UMKM dalam bidang keuangan, sehingga mereka mampu mengelola keuangan usaha dengan efisien dan berkembang (Kasendah & Wijayangka, 2019).

Dalam meningkatkan Kinerja UMKM ada beberapa permasalahan yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Sesuai dengan pernyataan Bapak Novi Satria Listantoro, selaku analisis kebijakan di Bidang Usaha Kecil Mikro, Dinas Perindustrian Koperasi UMKM Kota Yogyakarta, menyatakan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Kota Yogyakarta paling dominan pada sektor kuliner di bidang UMKM, tidak banyak pelaku UMKM pada sektor kuliner yang bisa naik dari kelas mikro ke kecil maupun menengah. Sehingga Dinas Perindustrian Koperasi UMKM Kota Yogyakarta memfokuskan dari beberapa pelatihan yang ada di dinas lebih ke bidang kuliner untuk meningkatkan kinerja UMKM, Bapak Novi Satria Listantoro selaku ketua tim kerja data informasi dan penguatan manajemen Usaha mikro, kecil dan menengah menyatakan bahwa di wilayah Kota Yogyakarta mengalami berbagai permasalahan, seperti permasalahan meliputi *Entrepreneur Mindset*, Modal usaha, dan *Digital Marketing*. *Entrepreneur Mindset* adalah sebuah pola pikir yang dimiliki oleh seorang wirausaha yang ditandai dengan keinginan untuk belajar dari risiko, mempunyai sebuah karakter berpikir simpel, membaca sebuah peluang dan mengambil peluang, serta menerima sebuah tanggung jawab disertai solusi (Azizah, n.d.). *Entrepreneur Mindset* memiliki peran

yang krusial dalam lingkup bisnis karena dapat mendorong para pelaku usaha untuk terus menciptakan inovasi baru guna menggali potensi-potensi bisnis. Pelaku UMKM di Kota Yogyakarta banyak yang hanya iseng berusaha, hanya memanfaatkan waktu luang, kurang dalam mencari peluang baru, dan tidak dapat beradaptasi dengan perubahan pasar, tetapi ada juga pelaku UMKM yang benar-benar usaha untuk mencari nafkah. Menurut (Elsa Dwi Ramanti, 2019) *Entrepreneur Mindset* digunakan untuk mencakup keterampilan pelaku usaha dalam bertindak secara kreatif dan inovatif, mengubah peluang menjadi kenyataan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Dwi, 2022) yang menyatakan bahwa *Entrepreneur Mindset* merupakan salah satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Seorang pengusaha yang dapat mengubah cara berpikirnya, fokus perhatian pada masa depan untuk menjaga kelangsungan usahanya, serta berupaya untuk mengembangkan atau menciptakan inovasi baru, yang dapat menjadi daya tarik pembeli dan meningkatkan performa usaha.

Modal usaha merupakan salah satu faktor kunci peran signifikan dalam menentukan sejauh mana peningkatan kinerja UMKM. Pelaku UMKM di kota Yogyakarta banyak keluhan terkait kekurangan modal usaha untuk biaya operasional, biaya pembelian bahan baku sehingga banyak pelaku UMKM memilih tidak menambah produksi, dan pelaku UMKM banyak keluhan terkait hibah yang ingin dikasih dengan percuma sedangkan dipemerintah Kota Yogyakarta ada sebuah peraturan walikota nomor 53 tahun 2020 yang melarang untuk memberikan hibah berupa uang maupun

alat secara terus-menerus tanpa memberikan nilai manfaat bagi pemerintah daerah dalam mendukung terselenggaranya fungsi pemerintah, pembangunan dan kemasyarakatan. Semakin besar modal usaha, akan mendorong peningkatan kinerja UMKM. Sebaliknya jika modal usaha kecil, maka kinerja UMKM akan mengalami penurunan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ferdiansyah & Bukhari, 2021) dan (Fikri Aulia, 2021) yang menyatakan bahwa modal merupakan salah satu faktor yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

*Digital Marketing* menjadi salah satu sarana yang umum digunakan oleh para pelaku usaha karena respons positif dari konsumen terhadap tren *digitalisasi*. Banyak pelaku UMKM yang ada di Kota Yogyakarta hanya bisa memproduksi dan juga kebingungan untuk bisa melakukan pemasaran menggunakan *Digital Marketing*, sehingga *Digital Marketing* belum bisa diterapkan secara optimal dalam perkembangan kinerja UMKM. Beberapa pelaku UMKM secara bertahap beralih dari model pemasaran konvensional menuju *Digital Marketing*. Dengan *Digital Marketing* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan secara *real-time* dan dapat diakses global. Melalui sebuah internet, seseorang dapat menjelajahi berbagai produk dan menemukan informasi lengkap mengenai mereka. Pemesanan menjadi lebih mudah, dan konsumen memiliki kemampuan untuk membandingkan produk satu dengan yang lain. Dalam beberapa tahun terakhir, *Digital Marketing* semakin populer dikalangan UMKM karena efektivitas biaya dan kemampuannya dalam menjangkau pelanggan yang lebih luas

(Andhyka et al., 2023); (Kitsios & Kamariotou, 2021). Menurut (Chusumastuti et al., 2023) dan (Islami & Wahyuni, 2020) *Digital Marketing* merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Pada penelitian ini akan berfokus pada seberapa berpengaruhnya *Mindset Entrepreneur*, Modal Usaha, *Digital Marketing* terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Kota Yogyakarta terutama pada UMKM di bidang kuliner. Pada pengolahan data ini menggunakan data primer yang akan diproses menggunakan regresi linier berganda. Selain itu *Software* yang akan digunakan dalam pengolahan data yaitu SPSS. Oleh sebab itu, peneliti merasa tertarik untuk memilih judul penelitian tentang “Analisis Pengaruh *Entrepreneur Mindset*, Modal Usaha, Dan *Digital Marketing* Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Yogyakarta”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan di atas dapat ditarik identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Kinerja UMKM di bidang Kuliner tidak dapat meningkat karena kurangnya modal usaha untuk biaya operasional, biaya pembelian bahan baku sehingga pelaku UMKM memilih untuk tidak menambah produksi barang.
2. Kurangnya pola pikir kewirausahaan di bidang kuliner dimana seseorang atau kelompok usaha masih kurang untuk mencari peluang

baru, kurang untuk menciptakan inovasi baru guna menggali potensi-potensi bisnis, hanya iseng berusaha, hanya memanfaatkan waktu luang dan tidak beradaptasi dengan perubahan pasar

3. *Digital Marketing* pada UMKM belum diterapkan secara optimal sehingga menjadi permasalahan dalam perkembangan kinerja UMKM di bidang Kuliner.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, peneliti melakukan batasan masalah pada penelitian ini supaya tidak meluas, yaitu:

1. Penelitian ini hanya terfokuskan dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berlokasi di Kota Yogyakarta.
2. Objek pada penelitian ini yaitu UMKM Bidang Kuliner.
3. Penelitian ini akan berfokus pada analisis faktor yang mempengaruhi kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta dengan menggunakan analisis Regresi Linier Berganda.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Entrepreneur Mindset* terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang kuliner?



2. Bagaimana pengaruh Modal Usaha terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang kuliner?
3. Bagaimana pengaruh *Digital Marketing* terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang kuliner?
4. Bagaimana pengaruh *Entrepreneur Mindset*, Modal Usaha, *Digital Marketing* terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang kuliner?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuannya adalah:

1. Mengetahui pengaruh *Entrepreneur Mindset* terhadap kinerja UMKM di bidang kuliner.
2. Mengetahui pengaruh Modal Usaha terhadap kinerja UMKM di bidang kuliner.
3. Mengetahui pengaruh *Digital Marketing* terhadap kinerja UMKM di bidang kuliner.
4. Mengetahui pengaruh *Entrepreneur Mindset*, Modal Usaha, *Digital Marketing* terhadap kinerja UMKM di bidang kuliner.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap dengan dibuatnya riset ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak yang terlibat secara aktif maupun pasif, yaitu:

1. Bagi pelaku UMKM, penelitian ini diinginkan dapat memberikan wawasan mengenai faktor yang dapat mempengaruhi kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

2. Bagi Dinas Perindustrian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, diharapkan dapat memberikan informasi untuk mendukung kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).
3. Bagi universitas dan akademik, diharapkan dapat menjadi acuan dalam penerapan metode regresi liner berganda sehingga dapat dikembangkan dalam penelitian selanjutnya.