

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, memperluas kesempatan kerja, serta mendorong pembangunan daerah. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, sektor ini berkontribusi besar terhadap struktur ekonomi Indonesia, terutama dalam hal penyediaan lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan. UMKM tersebar luas di hampir seluruh wilayah Indonesia dan menjadi bentuk usaha yang paling diminati oleh masyarakat karena sifatnya yang fleksibel dan berbasis kebutuhan lokal (UMKM, 2023).

Menurut Pangestu dan Rita (2022), pengembangan UMKM yang dikelola dengan baik memiliki potensi untuk menyerap lebih banyak tenaga kerja, meningkatkan kesejahteraan pelaku dan pekerja usaha, serta mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan. Salah satu bentuk UMKM yang saat ini berkembang cukup pesat adalah usaha *coffee shop*, terutama di daerah perkotaan. Perubahan pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat, khususnya generasi muda, mendorong pertumbuhan bisnis *coffee shop* sebagai bagian dari tren sosial, tempat bekerja, maupun sarana hiburan.

Namun, perkembangan bisnis *coffee shop* di era digital saat ini tidak dapat dilepaskan dari pemanfaatan teknologi. Setelah masa pandemi COVID-19, terjadi perubahan signifikan dalam perilaku konsumen yang kini lebih menyukai layanan

berbasis digital, termasuk dalam hal transaksi dan pemesanan produk. Oleh karena itu, pelaku UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi agar tetap mampu bersaing dan memenuhi ekspektasi pasar.

Salah satu bentuk adaptasi teknologi yang krusial adalah penerapan sistem pembayaran digital atau *digital payment gateway* seperti QRIS, OVO, GoPay, dan DANA. Sistem ini memberikan kemudahan dalam bertransaksi, meningkatkan efisiensi, serta menciptakan kenyamanan dan rasa aman bagi konsumen. Penelitian Utami dan Darma (2022) menunjukkan bahwa *digital payment* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan berdampak positif terhadap volume transaksi UMKM.

Persaingan dalam dunia bisnis semakin hari semakin bertambah ketat. Hal ini menuntut para pelaku usaha untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi yang ada, salah satunya adalah dengan bergabung pasar *online (e-commerce)*. UMKM juga dituntut untuk kreatif serta inovatif dalam menyusun strategi pelayanan yang efektif, dengan peningkatan sistem pelayanan yang efektif tentu akan memberikan daya tarik tersendiri untuk konsumen serta menjadi keuntungan dalam meningkatkan pendapatan. Untuk dapat meningkatkan pelayanan serta pendapatan tersebut, UMKM dapat memanfaatkan kemajuan teknologi, yaitu dengan sistem jual beli yang dilakukan secara *online (e-commerce)*.

E-commerce atau *Electronic Commerce* ialah kegiatan perdagangan berupa penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu produk barang dan jasa yang dijalankan menggunakan komputerisasi juga sarana komunikasi elektronik dalam bentuk digital ataupun komunikasi data (Helmalia & Afrinawati, 2018 dalam Rukmani, 2023). Kebiasaan hidup di era sekarang yang

dituntut harus serba praktis dan cepat sehingga menjadikan internet lebih dikenal pada pemasaran *online* yang digemari serta sudah menjadi kebutuhan sehari-hari.

E-commerce tidak membutuhkan transaksi secara fisik antara konsumen dengan pedagang langsung, sehingga akan mempercepat pelaksanaan transaksi. Begitu juga dengan konsumen yang dapat menghemat waktu dan tenaga, berkembangnya teknologi semakin hari semakin maju, akan tetapi pelaku usaha masih ada yang merasa kesusahan dalam mengembangkan usahanya salah satunya dipengaruhi oleh sisi *financial* yaitu modal usaha. Contohnya, pemanfaatan *e-commerce* dan layanan pesan antar makanan seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood menjadi strategi penting untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan menggunakan platform digital ini, pelaku UMKM *coffee shop* dapat menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa terbatas pada lokasi fisik usaha. Hal ini turut berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha (Wijaya et al., 2021).

Meskipun demikian, transformasi digital yang dilakukan UMKM membutuhkan dukungan dari sisi internal, terutama ketersediaan modal. Modal dibutuhkan tidak hanya untuk membuka usaha, tetapi juga untuk mengadopsi teknologi, mendukung operasional harian, serta kegiatan promosi. Sulistyowati (2020) menegaskan bahwa modal berperan penting dalam menentukan kemampuan UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif.

Modal merupakan sejumlah uang, barang atau aset lainnya yang di investasikan pemilik usaha dengan tujuan untuk mendirikan usaha agar usaha itu

bisa berkembang. UMKM memiliki standar pada skala usaha. Skala usaha yang dilakukan untuk UMKM dapat dilihat pada besar kecilnya modal yang dikeluarkan. Pendapatan yang besar juga membutuhkan modal yang besar, tetapi adakalanya mereka tidak bisa memisahkan modal usaha dengan biaya keperluan rumah tangga sehari-hari. dilihat bahwa kelemahan modal para pengusaha kecil, menengah, mikro ini terkait dengan status ekonomi dan penghasilan mereka (Saragih et al, 2017).

Pendapatan merupakan salah satu indikator utama keberhasilan sebuah usaha, termasuk *coffee shop*. Pendapatan dapat didefinisikan sebagai seluruh penerimaan yang diperoleh dari kegiatan penjualan barang atau jasa dalam periode tertentu, sebelum dikurangi biaya operasional. Bagi *coffee shop*, pendapatan terutama berasal dari penjualan minuman, makanan pendamping, serta layanan tambahan seperti ruang kerja bersama atau acara komunitas. Tingkat pendapatan sangat dipengaruhi oleh jumlah pelanggan, rata-rata nilai transaksi, serta frekuensi pembelian yang dilakukan konsumen. Oleh karena itu, strategi pemasaran, inovasi produk, dan kualitas layanan menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat pendapatan.

Dalam konteks *coffee shop modern*, pendapatan tidak hanya ditentukan oleh aktivitas penjualan di gerai fisik (*offline*), tetapi juga melalui kanal digital. Kehadiran *e-commerce* dan layanan pesan-antar makanan membuka peluang bagi *coffee shop* untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, sehingga meningkatkan potensi penjualan. Selain itu, penggunaan *digital payment gateway* juga mampu mendorong peningkatan pendapatan dengan cara mempercepat proses transaksi, mengurangi antrian, serta memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Penelitian

yang dilakukan oleh Lestari (2023) menunjukkan bahwa UMKM kuliner yang mengintegrasikan layanan digital mengalami peningkatan pendapatan rata-rata hingga 20–30% dalam jangka waktu satu tahun.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *digital payment gateway*, *e-commerce*, dan modal terhadap pendapatan UMKM *coffee shop*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik maupun praktis, khususnya bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih adaptif dan efektif di era digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *digital payment gateway* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM *coffee shop*?
2. Apakah *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM *coffee shop*?
3. Apakah modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM *coffee shop*?
4. Apakah *digital payment gateway*, *e-commerce*, dan modal secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan UMKM *coffee shop*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh *digital payment gateway* terhadap pendapatan UMKM *coffee shop*.
2. Menganalisis pengaruh *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM *coffee shop*.
3. Menganalisis pengaruh modal terhadap pendapatan UMKM *coffee shop*.
4. Menganalisis pengaruh *digital payment gateway*, *e-commerce*, dan modal secara simultan terhadap pendapatan UMKM *coffee shop*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur dan referensi dalam bidang manajemen, khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM di era digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk penelitian lanjutan yang berkaitan dengan transformasi digital pada UMKM.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pelaku UMKM *coffee shop* dalam menyusun strategi bisnis yang lebih tepat, terutama dalam memanfaatkan *digital payment gateway*, *platform e-*

commerce, dan manajemen modal secara optimal untuk meningkatkan pendapatan.

1.5 Sistematika Penelitian

Agar memudahkan diskusi, struktur penulisan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut.:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka mencakup landasan teori yang digunakan dalam penelitian, penelitian sebelumnya yang relevan, kerangka pemikiran, serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan metode penelitian. Pembahasannya meliputi jenis dan desain penelitian, data dan sumber data, populasi, sampel dan teknik analisis data, definisi operasional variabel, serta teknik pengumpulan data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan. Hasil penelitian menyajikan temuan-temuan yang diperoleh selama penelitian. Sementara itu, pembahasan menjelaskan hubungan antara hasil penelitian dengan teori serta studi-studi sebelumnya yang relevan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan ringkasan dari diskusi yang telah dibahas dalam bab 1 hingga bab 4 dan menawarkan saran yang berguna.

