

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai negara yang sedang berkembang, Indonesia terus mendorong pembangunan ekonomi melalui berbagai strategi untuk menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan dan merata. Perkembangan teknologi digital telah menjadi katalis utama pertumbuhan ekonomi global, termasuk di Indonesia. Kemajuan teknologi yang pesat mendorong masyarakat agar beradaptasi dengan kemudahan yang ditawarkan, terutama dalam kemajuan teknologi yang berkaitan dengan internet (Prameswari et al., 2024). Dengan situasi ini dimanfaatkan oleh pelaku UMKM, karena sektor perdagangan dengan memanfaatkan teknologi memiliki potensi ekonomi yang sangat besar. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional, berkontribusi lebih dari 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), sekaligus menjadi penyerap tenaga kerja terbesar dengan menampung lebih dari 97% tenaga kerja (Ariani et al., 2024). Dengan hal ini, menunjukkan bahwa keberlangsungan dan kinerja pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki dampak yang signifikan terhadap stabilitas dan pertumbuhan ekonomi nasional.

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menunjukkan pertumbuhan yang pesat, namun sebagian besar pelaku UMKM masih berada pada skala usaha kecil dan menghadapi berbagai kendala untuk berkembang menjadi usaha yang lebih besar. Kendala tersebut meliputi keterbatasan dalam aspek

pemasaran, pembiayaan, kepemilikan usaha, kapasitas sumber daya manusia, serta pengelolaan usaha yang belum optimal (Ayu et al., 2020). Berbagai keterbatasan tersebut menyebabkan pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam meningkatkan daya saing usahanya di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Dalam menghadapi kondisi tersebut, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Kemajuan teknologi informasi mendorong perubahan besar dalam aktivitas ekonomi masyarakat, terutama melalui pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha. Digitalisasi memengaruhi cara pelaku UMKM dalam memasarkan produk dan melakukan transaksi dengan konsumen. Pemanfaatan teknologi digital diharapkan dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan penjualan perusahaan sehingga dapat menghasilkan laba yang lebih optimal dan mempertahankan kinerja keuangan usaha secara berkelanjutan (Warastuti & Sanny 2020).

Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa meskipun transaksi penjualan UMKM terus meningkat, peningkatan tersebut belum sepenuhnya mencerminkan kinerja keuangan yang sehat, khususnya pada UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya. Sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor UMKM yang berkembang cukup pesat seiring meningkatnya kebutuhan dan pola konsumsi masyarakat. Namun, tingginya tingkat persaingan usaha menyebabkan pelaku UMKM harus terus melakukan berbagai strategi untuk mempertahankan konsumen, seperti pemberian diskon dan penggunaan *digital payment*. Kondisi tersebut sering kali membuat pelaku usaha

lebih berfokus pada peningkatan penjualan dibandingkan menjaga stabilitas keuntungan usaha. Selain itu, sebagian pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan usaha, seperti pencatatan transaksi yang belum sistematis, belum adanya pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha, serta pengelolaan arus kas yang belum optimal. Hal tersebut dapat memengaruhi kemampuan usaha dalam mempertahankan keberlanjutan bisnisnya. Penelitian yang dilakukan oleh Fransiska et al., (2021) menunjukkan bahwa kinerja keuangan dapat menurun apabila strategi operasional dan pengelolaan pendapatan usaha tidak dilakukan secara optimal.

Kinerja keuangan merupakan salah satu indikator penting untuk menilai keberhasilan suatu usaha. Menurut Yuniar & Adriani (2023), kinerja keuangan merupakan cara untuk menilai sejauh mana efektivitas pengelolaan aset dalam meningkatkan pendapatan usaha dan profitabilitas. Putri et al., (2023) menjelaskan bahwa kinerja keuangan menunjukkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola aset, modal, dan pendapatan secara efisien untuk menjaga stabilitas dan keberlanjutan bisnis. Sedangkan menurut Haris (2022) kinerja keuangan dapat diartikan sebagai prospek, pertumbuhan, serta perkembangan yang baik bagi suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, kinerja keuangan tidak hanya dilihat dari volume penjualan, tetapi juga dari aspek omset penjualan, laba bersih, dan pertumbuhan aset usaha. Oleh karena itu, kinerja keuangan UMKM menjadi salah satu aspek yang penting untuk dikaji secara lebih mendalam sebagai indikator keberhasilan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Salah satu strategi yang banyak digunakan pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualan adalah pemberian diskon. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:352), diskon merupakan bentuk promosi harga dengan memberikan potongan tertentu terhadap produk dalam periode tertentu atau jumlah yang lebih besar. Dalam konteks UMKM, penerapan diskon tidak hanya berupa potongan harga langsung, tetapi juga melalui *voucher*, *cashback*, *bundling promotion*, maupun potongan harga pada periode promosi tertentu. Pemberian diskon dinilai mampu meningkatkan minat beli konsumen dan mendorong peningkatan penjualan usaha. Ridwan et al., (2025) mengemukakan bahwa strategi harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Harahap & Situmorang (2023) juga menegaskan bahwa strategi promosi dan pemberian diskon berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan. Diskon yang menarik dan promo yang tepat sasaran mampu meningkatkan minat beli konsumen, sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan usaha. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Dongoran & Renaldi, (2025) yang menunjukkan bahwa diskon dan promo berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM. Penerapan diskon berpotensi memengaruhi kinerja keuangan UMKM melalui peningkatan omset penjualan yang selanjutnya berdampak pada laba bersih usaha. Peningkatan laba yang diperoleh secara berkelanjutan memungkinkan pelaku UMKM untuk menambah atau mempertahankan aset usaha yang dimiliki. Dengan demikian, penerapan diskon yang terencana dan berkelanjutan menjadi elemen penting dalam menjaga daya saing dan stabilitas pendapatan usaha di era digital (Sari et al., 2025).

Namun, penerapan diskon juga dapat menimbulkan permasalahan terhadap kondisi keuangan usaha apabila tidak dilakukan secara tepat. Pemberian diskon yang berlebihan berpotensi menurunkan margin keuntungan usaha sehingga peningkatan penjualan belum tentu diikuti dengan peningkatan laba bersih. Oleh karena itu, efektivitas diskon terhadap kinerja keuangan UMKM masih perlu dikaji lebih mendalam, khususnya pada UMKM sektor makanan dan minuman yang memiliki tingkat persaingan tinggi.

Selain diskon, faktor pendorong lain yang memengaruhi kinerja keuangan UMKM adalah penggunaan *digital payment*. Perkembangan *financial technology* (*fintech*) mendorong munculnya berbagai sistem pembayaran digital seperti DANA, GoPay, OVO, ShopeePay, mobile banking, dan QRIS yang mempermudah proses transaksi usaha. Penggunaan *digital payment* diharapkan mampu meningkatkan efisiensi transaksi, mempercepat proses pembayaran, serta membantu pelaku usaha dalam mengelola transaksi keuangan secara lebih praktis. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari et al., (2022) menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital oleh pelaku UMKM memberikan dampak positif, khususnya dalam meningkatkan kemudahan dan kelancaran transaksi dengan konsumen. Layanan teknologi keuangan adalah penggunaan sistem pembayaran berbasis *fintech* yang sering dimanfaatkan oleh pelaku UMKM sebagai alat pembayaran. Sistem elektronik ini membantu pelaku UMKM dalam memeriksa dan memantau pembayaran pada setiap transaksi jual beli yang dilakukan. Selain itu, pelaku UMKM memanfaatkan layanan perbankan seperti *mobile banking*, *internet banking*, ATM yang mempermudah proses transaksi pembayaran bagi pembeli.

Rani & Desiyanti (2024) mengemukakan bahwa penggunaan *digital payment*, berpengaruh positif terhadap efisiensi operasional dan kinerja keuangan UMKM di sektor makanan dan minuman. Pada era digital saat ini, penggunaan sistem pembayaran digital melalui aplikasi *fintech* di Indonesia terus mengalami peningkatan.

Meskipun dengan hal itu, penggunaan *digital payment* pada UMKM masih menghadapi berbagai kendala. Sebagian pelaku usaha masih menggunakan sistem pembayaran tunai dan belum memanfaatkan *digital payment* secara optimal dalam mendukung pengelolaan keuangan usaha. Rendahnya pemahaman terhadap penggunaan teknologi digital menyebabkan pemanfaatan *digital payment* sering kali hanya digunakan sebagai alat pembayaran, belum dimanfaatkan untuk mendukung pencatatan transaksi dan pengelolaan arus kas usaha secara efektif. Kondisi tersebut diperkuat oleh penelitian Fahrul et al., (2025) pada UMKM sektor kuliner di Kota Tasikmalaya yang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM belum sepenuhnya mampu meningkatkan kinerja keuangan usaha apabila belum diimbangi dengan pengelolaan usaha yang optimal.

Sebagai salah satu sentra UMKM di Jawa Barat, Kota Tasikmalaya memiliki potensi UMKM yang cukup besar, khususnya pada sektor makanan dan minuman. Tingginya persaingan usaha pada sektor ini menyebabkan pelaku UMKM perlu menerapkan strategi promosi dan sistem pembayaran yang mampu menarik konsumen sekaligus menjaga stabilitas keuangan usaha. Namun, penelitian

yang secara khusus mengkaji pengaruh diskon dan *digital payment* terhadap kinerja keuangan UMKM, khususnya pada sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya, masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada peningkatan penjualan dan minat beli konsumen, bukan pada aspek kinerja keuangan usaha secara menyeluruh.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Diskon dan *Digital Payment* Terhadap Kinerja Keuangan UMKM (Survei Pada UMKM Sektor Makanan dan Minuman di Kota Tasikmalaya)”** yang bertujuan untuk menganalisis sejauh mana penerapan diskon dan penggunaan *digital payment* memengaruhi kinerja keuangan UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi usaha UMKM dalam meningkatkan kinerja keuangan dan keberlanjutan bisnis di era digital.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana diskon, *digital payment*, dan kinerja keuangan pada UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya?
2. Bagaimana pengaruh diskon terhadap kinerja keuangan UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya?
3. Bagaimana pengaruh *digital payment* terhadap kinerja keuangan UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penulis berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, adalah :

1. Untuk mengetahui diskon, *digital payment*, dan kinerja keuangan pada UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh diskon terhadap kinerja keuangan UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh *digital payment* terhadap kinerja keuangan UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh seluruh kalangan akademisi, baik itu dosen maupun mahasiswa, dalam upaya memberikan pengetahuan dan informasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis untuk memperoleh data dan menambah pengetahuan penulis mengenai pemahaman dalam usaha berbasis bisnis digital, khususnya terkait pengaruh diskon dan *digital payment* terhadap kinerja keuangan UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya. Selain itu, penelitian ini dilakukan untuk memenuhi tugas akhir guna mencapai gelar Sarjana Akuntansi pada Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

2. Bagi Pelaku UMKM

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu UMKM memahami bagaimana penerapan diskon dan penggunaan *digital payment* berdampak terhadap kinerja keuangan UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya. Dengan itu, UMKM dapat menyusun strategi promosi dan pengelolaan keuangan. Seperti mendukung kestabilan ekonomi dan keberlanjutan usaha.

3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan pembandingan bagi peneliti berikutnya yang ingin mengkaji topik yang sama. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan informasi, khususnya bagi pihak yang membutuhkan informasi yang berhubungan dengan masalah yang penulis teliti serta membuka peluang pengembangan topik baru yang lebih luas.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat melakukan penelitian guna memperoleh data penelitian. Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya dan data-data berasal dari kuesioner yang dibagikan kepada pelaku UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan selama tujuh bulan, terhitung dari bulan Oktober 2025 sampai dengan April 2026, sebagaimana terlampir.