

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Krisis ekonomi Indonesia baru-baru ini telah mengingatkan kita pada kekuatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang memiliki pengaruh besar terhadap perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang 60,5% PDB Nasional pada tahun 2023 (Tambunan, 2023). Kondisi ini menunjukkan peran penting yang dimainkan oleh UMKM sebagai pilar utama struktur ekonomi Indonesia yang memiliki potensi besar untuk berkembang dan dapat memberikan kontribusi signifikan untuk peningkatan pendapatan negara. UMKM telah membuktikan perannya yang signifikan dalam kontribusinya terhadap PDB serta ketahanannya terhadap krisis ekonomi yang pernah terjadi di Indonesia. Akibatnya, pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UMKM) akan menjadi kekuatan utama dalam perekonomian yang akan membantu Indonesia menghadapi gejolak ekonomi di masa depan. Selain itu, UMKM berperan besar dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi kemiskinan. Kontribusi UMKM sangat penting di Indonesia karena memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian. Sektor UMKM tidak hanya berdampak pada pendapatan nasional, tetapi juga membantu menciptakan banyak lapangan kerja baru (Yerianto & Mustaqim, 2024) menyatakan sebagian besar UMKM di Indonesia merupakan usaha rumah tangga yang dapat menyerap banyak tenaga kerja. Terdapat 65,4 juta UMKM di Indonesia, yang dapat menyerap 123,3 ribu tenaga kerja. Ini menunjukkan betapa

pentingnya UMKM untuk mengurangi tingkat pengangguran di negara ini. Hal ini sama dengan data yang diambil pada (Kadin Indonesia diakses 2024) yang mana pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang dijelaskan dalam Pasal 1, memberikan definisi dan penjelasan lengkap tentang UMKM :

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh individu dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dalam Undang-Undang ini.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang bersifat independen, dijalankan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam Undang-Undang ini.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang bersifat independen, dijalankan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari Usaha Kecil atau Usaha Besar, dengan jumlah kekayaan bersih atau penghasilan tahunan yang sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang ini.

Tabel 1.1
Jumlah UMKM di Indonesia (juta Unit)
Data UMKM 2018 - 2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2023
Jumlah UMKM	64,19	65,47	64	65,46	66

(Juta)					
Pertumbuhan		1,98%	-2,24%	2,28%	1,52%

Sumber : Kadin Indonesia

Berdasarkan Tabel 1.1 data yang diperoleh dari Kadin Indonesia jumlah UMKM di Indonesia bertambah terus setiap tahunnya. Tren positif ini akan berdampak positif pada ekonomi Indonesia. Selain berkontribusi besar terhadap PDB, UMKM memainkan peran penting dalam menyerap tenaga kerja dan mengganti barang konsumsi dan setengah jadi.

Fenomena perkembangan UMKM dalam penelitian ini didasarkan pada data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Magelang, yang mencatat adanya peningkatan jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah tersebut dari tahun 2014 hingga 2021. Berikut adalah data jumlah UMKM selama periode 2014-2021:

Tabel 1.2
Jumlah UMKM di Kabupaten Magelang Tahun 2014 – 2021

Tahun	Jumlah UMKM
2014	3.079
2015	3.196
2016	3.204
2017	3.211
2018	3.224
2021	4.564

Sumber : BPS Kabupaten Magelang (2021)

Berdasarkan tabel 1.2 terdapat peningkatan jumlah UMKM di wilayah Kabupaten Magelang setiap tahunnya. Adanya perkembangan UMKM akan menimbulkan dampak positif terhadap pendapatan masyarakat disekitar Kabupaten Magelang.

Menurut data yang dikumpulkan dari Kepala Bagian UMKM 2022, jumlah UMKM yang terdaftar di Kabupaten Magelang saat ini mencapai 106.637 unit usaha, yang bekerja dalam berbagai bidang seperti kerajinan, kuliner, dan lainnya. Khususnya, ada 3,576 unit UMKM yang terdaftar di Kecamatan Muntilan. Melihat tren peningkatan ini menarik untuk diteliti karena jumlah usaha meningkat setiap tahun, yang berdampak pada ekonomi Indonesia.

Tabel 1.3
Jumlah UMKM Kabupaten Magelang berdasarkan skala usaha

NO	KECAMATAN	USAHA MIKRO	USAHA KECIL	USAHA MENENGAH	JUMLAH UMKM
1	BANDONGAN	4,936	89	6	5,031
2	BOROBUDUR	6,349	49	2	6,400
3	CANDIMULYO	8,305	145	0	8,450
4	DUKON	2,735	16	0	2,751
5	GRABAG	8,804	159	12	8,975
6	KAJORAN	4,722	54	9	4,785
7	KALIANGKRIK	2,304	33	4	2,341
8	MERTOYUDAN	5,697	79	7	5,783
9	MUNGKID	4,330	88	16	4,434
10	MUNTILAN	3,407	130	39	3,576
11	NGABLAK	3,399	68	12	3,479
12	NGLUWAR	2,256	62	6	2,324
13	PAKIS	8,918	104	8	9,030
14	SALAM	3,995	80	18	4,093
15	SALAMAN	7,034	101	11	7,146
16	SAWANGAN	4,678	152	4	4,834
17	SRUMBUNG	3,769	151	7	3,927
18	TEGALREJO	5,732	49	0	5,781
19	TEMPURAN	4,480	89	8	4,577
20	WINDUSARI	2,428	53	0	2,481
21	SECANG	6,330	109	0	6,439
TOTAL		104,608	1,860	169	106,637

Sumber : Kepala Bagian UMKM 2022

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan jumlah UMKM yang berada di Kabupaten Magelang. UMKM di Indonesia telah terbukti berkontribusi signifikan

terhadap perkembangan dan pertumbuhan ekonomi negara. Banyak UMKM tersebar di seluruh wilayah, termasuk di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Keberadaan UMKM di Kabupaten Magelang, baik dari segi jumlah maupun nilai produksi, diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Sejak tahun 2015, Bupati Magelang, Zaenal Arifin, S.IP, telah mengakui potensi UMKM yang cukup tinggi di daerah tersebut. Hingga kini, terdapat lebih dari 106.000 unit UMKM yang tersebar di 21 kecamatan, dengan berbagai produk seperti kerajinan, butik, batik, makanan olahan, dan kuliner khas berbasis potensi lokal, yang mampu menyerap tenaga kerja hingga 161.552 orang. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik eksternal maupun internal. Faktor eksternal meliputi kebijakan atau regulasi pemerintah, peran lembaga keuangan, serta aspek sosial dan ekonomi. Sementara itu, faktor internal mencakup modal usaha, strategi pemasaran, inovasi, laporan keuangan, dan sumber daya manusia.

Di sisi lain, usaha yang berkembang dari kecil ke menengah hingga menjadi besar tidak tercapai secara instan. Pelaku usaha pasti menghadapi berbagai kendala, baik dalam hal pendanaan maupun aspek lainnya. Penelitian oleh Anggraeni et al. (2013) menunjukkan bahwa pengembangan UMKM terkendala oleh tingginya harga bahan baku, keterbatasan sumber daya kompeten, kesulitan modal, dan kurangnya jaringan pemasaran. Namun, UMKM di Kabupaten Magelang masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk masalah ketersediaan bahan baku, pemasaran, permodalan, dan rendahnya kemampuan sumber daya manusia (SDM). Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya pembinaan, pengembangan, dan motivasi usaha untuk meningkatkan inovasi,

produktivitas tenaga kerja, kemampuan desain produk, serta kesadaran akan pentingnya sertifikasi produk. Untuk meningkatkan kualitas UMKM di Kabupaten Magelang, diperlukan peran serta dari berbagai pihak, termasuk pemerintah kecamatan, pemerintah desa, dan UMKM itu sendiri (Setda Kabupaten Magelang, 2015). Permasalahan ini masih terjadi pasca pandemi covid-19 tahun 2020 lalu yang mana pemerintah Kabupaten Magelang memberikan pelatihan karakter pengusaha kepada pelaku UMKM, karena mengingat SDM kita masih rendah, dengan begitu pemerintah mengupayakan pelatihan kewirausahaan terhadap pelaku UMKM yang berada di Kabupaten Magelang sebagai upaya untuk meningkatkan UMKM (Magelang News, 2023).

UMKM sangat penting untuk menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi kemiskinan, dan merupakan pilar ekonomi suatu negara. Meskipun UMKM memiliki banyak potensi, mereka sering menghadapi masalah seperti keterbatasan sumber daya, akses modal, dan faktor psikologis dan motivasional yang mempengaruhi hasil bisnis mereka. Kendala UMKM dalam upaya peningkatan kemampuan usahanya sangat kompleks dan berkaitan satu sama lainnya; kurangnya permodalan, masih lemahnya kemampuan manajerial dan kurangnya keterampilan dalam mengorganisir dan terbatasnya akses pemasaran (Yuli, 2017). Hal ini juga selaras dengan yang diungkapkan oleh Sulistia Teguh (2012) bahwa permasalahan yang biasa dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan sekaligus menjadi kelemahannya adalah keterbatasan permodalan usaha yang dijalankan, tata kelola manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) yang belum memadai, penguasaan teknologi terbatas,

bahan baku terbatas, dan kesulitan pemasaran. Menurut Naufalin et al. (2020) menyatakan bahwa kendala yang menjadi kelemahan bagi UMKM berasal dari faktor intern serta faktor ekstern, yaitu diantaranya: 1) Merasa tidak memerlukan ataupun tidak pernah melakukan studi kelayakan, penelitian pasar, analisis perputaran uang tunai/kas, serta berbagai penelitian lain yang diperlukan suatu aktivitas bisnis, 2) Tidak memiliki perencanaan sistem jangka panjang, sistem akuntansi yang memadai, anggaran kebutuhan modal, struktur organisasi dan pendelegasian wewenang, serta alat-alat kegiatan manajerial lainnya (perencanaan pelaksanaan serta pengendalian usaha) yang umumnya diperlukan oleh suatu perusahaan bisnis yang profit oriented., 3) Pola pikir yang sempit dan terbatas pada jangka pendek dengan prinsip “yang penting bisa makan hari ini”, 4) Labour turnover (PHK) tinggi, 5) Terlalu banyak biaya-biaya yang di luar pengendalian serta utang yang tidak bermanfaat, 6) Pembagian kerja yang tidak proposional, 7) Kurangnya kemampuan dalam merencanakan dan menggunakan modal yang ada. Hal ini menjadi fenomena bahwa tidak semua UMKM mampu bertahan untuk waktu yang cukup lama. Mereka seringkali mendapatkan kendala-kendala seperti yang disebutkan diatas.

Peran UMKM dalam perekonomian suatu negara sangatlah penting, sehingga profitabilitas menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan UMKM, karena tingkat keuntungan yang tinggi akan membawa dampak positif secara finansial bagi UMKM tersebut. Selain menjadi penyedia lapangan kerja utama, UMKM membantu masyarakat lokal mendapatkan barang dan layanan. Peningkatan minat dalam studi yang berkaitan dengan usaha mikro, kecil, dan

menengah (UMKM) sebagian besar didorong oleh pengakuan akan peran penting UMKM dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara (Nugroho, 2014). Profitabilitas merupakan salah satu indikator utama yang digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan suatu bisnis. Bagi UMKM, profitabilitas menjadi faktor yang sangat penting karena mempengaruhi kemampuan bisnis untuk bertahan menghadapi fluktuasi ekonomi, persaingan pasar, dan risiko-risiko lainnya. Profitabilitas UMKM tidak hanya berdampak pada pemilik bisnis, tetapi juga memiliki konsekuensi yang signifikan bagi lingkungan bisnis lokal. UMKM yang menghasilkan keuntungan cenderung memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pembayaran pajak, menciptakan lebih banyak kesempatan kerja, dan meningkatkan daya beli di komunitas sekitarnya. Dalam suatu UMKM pendapatan menjadi faktor penting bagi kelangsungan usahanya. Menurut Kasmir (2016), untuk menentukan pendapatan usaha, diperlukan beberapa faktor, antara lain minat terhadap usaha, modal yang dimiliki, dan durasi usaha tersebut berjalan.

Pembahasan terkait profitabilitas dalam usaha yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya juga telah di jelaskan dalam Qur'an Surah At-Taubah ayat 105 yang berbunyi :

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Yang artinya : Katakanlah, “Bekerjalah Maka, Allah, Rasul, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada yang

mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan”.

UMKM yang profitabilitasnya tinggi juga memiliki akses yang lebih baik ke sumber daya finansial, seperti modal pinjaman dan investasi. Keuntungan dapat digunakan untuk mendorong inovasi dalam produk atau layanan, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas pangsa pasar. Konsistensi profitabilitas menjadi kunci keberlanjutan bisnis UMKM. Bisnis yang mampu menghasilkan keuntungan memiliki kemampuan untuk bertahan dalam jangka panjang, sedangkan bisnis yang mengalami kesulitan finansial berisiko tinggi untuk gulung tikar. Pemerintah sering memberikan dukungan khusus untuk meningkatkan profitabilitas UMKM, termasuk insentif pajak, pelatihan, dan akses yang lebih mudah ke sumber daya keuangan. Kebijakan ekonomi yang mendukung pertumbuhan UMKM juga dapat berdampak positif pada tingkat profitabilitas. Dengan memahami secara mendalam bagaimana profitabilitas memengaruhi UMKM, dapat dirancang kebijakan dan strategi bisnis yang lebih efektif untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara keseluruhan.

Profitabilitas juga memiliki relevansi terhadap kinerja karena bisnis yang memiliki kinerja yang baik akan menghasilkan pendapatan yang baik juga. Kinerja adalah hasil kerja individu atau kelompok dalam suatu organisasi yang disesuaikan dengan wewenang dan tanggung jawab yang diberikan secara legal, sesuai dengan hukum, moral, dan etika sebagai upaya untuk mencapai tujuan organisasi menurut (Sinambela, 2016). Pencapaian tujuan strategis organisasi, tingkat kepuasan pelanggan, dan kontribusi ekonomi sangat terkait dengan kinerja.

Kinerja pelaku UMKM adalah hasil kerja yang dicapai individu atau organisasi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya, yang didasarkan pada kecakapan, pengalaman, kesungguhan, dan waktu (Nishari, 2023). Dua dimensi utama kinerja bisnis adalah efektivitas dan efisiensi. Efektivitas berkaitan dengan hasil yang diharapkan yang dicapai, sedangkan efisiensi menunjukkan seberapa efektif sumber daya organisasi digunakan untuk memberikan kepuasan konsumen dan orang lain (Sinaga, 2020).

Namun, UMKM sering menghadapi tantangan yang beragam, termasuk dalam upaya mencapai profitabilitas yang berkelanjutan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas usaha adalah sikap individu terhadap uang, yang dikenal sebagai sikap *love of money* (cinta terhadap uang). Sikap *love of money* (cinta terhadap uang) merupakan perilaku seseorang terhadap uang serta keinginan dan aspirasi seseorang terhadap uang (Fathurrahman et al., 2020). Hal yang sama juga diungkapkan bahwa, *love of money* juga diartikan bahwa perilaku seseorang terhadap uang serta keinginan dan aspirasi seseorang terhadap uang (Saputra & Anggiriawan, 2018). Sikap *love of money* merujuk pada pandangan individu terhadap uang dan kekayaan, termasuk cara individu menilai, memahami, dan bertindak terkait dengan uang. Sikap ini dapat memiliki dampak yang signifikan pada perilaku keuangan, pengambilan risiko, dan pengelolaan keuangan individu. Oleh karena itu, memahami pengaruh sikap *love of money* terhadap profitabilitas usaha menjadi penting, karena sikap finansial dan operasional individu pemilik atau pengelola usaha dapat mempengaruhi keputusan yang berdampak pada profitabilitas usaha.

Individu yang memiliki sikap *love of money* umumnya memiliki dorongan tinggi untuk mencapai sukses finansial. Dalam lingkungan bisnis, dorongan ini dapat mendorong karyawan atau pemimpin perusahaan untuk bekerja lebih keras, menciptakan inovasi, dan mencari peluang bisnis yang dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Sikap *love of money* dapat terkait dengan sikap terhadap pengambilan risiko. Individu atau perusahaan yang memiliki sikap ini mungkin lebih condong untuk mengambil risiko yang terukur demi mencapai keuntungan yang lebih besar. Dalam beberapa situasi, pengambilan risiko yang cerdas bisa membantu perusahaan mengejar peluang bisnis yang berujung pada peningkatan profitabilitas. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Fatchurrahman et al. (2020) bahwa sikap *love of money* berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan. Yang dapat diartikan jika pengelolaan keuangan usaha baik maka usaha tersebut memiliki peningkatan profitabilitas. Sikap *love of money* juga bisa mendorong inovasi dalam strategi bisnis untuk meningkatkan profitabilitas. Namun terjadi inkonsisten, pada penelitian oleh Aini & Rahayu (2022) bahwa sikap *love of money* tidak berpengaruh terhadap pengeleloan pribadi UMKM. Hal ini menjadi celah penelitian bahwa terjadi inkonsiten. Bagi individu dengan *love of money* tinggi menganggap uang adalah sesuatu yang baik, kepemilikan uang merupakan suatu bentuk pencapaian prestasi, keberadaan uang menjadi simbol kebebasan, adanya uang menjadi salah satu bentuk kepercayaan diri (Astungkara & Widayanti, 2020). Individu yang memiliki motivasi kuat untuk meraih sukses finansial mungkin lebih cenderung untuk mencari cara baru dalam meningkatkan efisiensi operasional, mengembangkan produk atau layanan yang

inovatif, atau mengeksplorasi pasar baru. Meskipun sikap *love of money* dapat memberikan dorongan untuk mencapai kesuksesan finansial, perlu juga mempertimbangkan aspek etika dalam pengambilan keputusan. Terlalu fokus pada keuntungan tanpa memperhatikan nilai-nilai etika dapat berdampak negatif pada citra perusahaan dan profitabilitas jangka panjangnya.

Faktor lainnya yang juga memiliki peran dalam mempengaruhi profitabilitas usaha, yaitu motivasi kerja. Menurut Saputri & Andayani (2018) motivasi adalah proses yang menjelaskan mengenai kekuatan, arah, dan ketekunan seseorang dalam mencapai suatu tujuan. Motivasi kerja adalah dorongan internal yang mendorong individu untuk mencapai tujuan dan kinerja yang optimal. Dalam konteks UMKM, motivasi kerja bisa mencakup keinginan untuk meraih kesuksesan bisnis, rasa tanggung jawab terhadap pekerjaan, dan semangat untuk mengatasi tantangan yang dihadapi. UMKM seringkali beroperasi dalam kondisi terbatas, termasuk sumber daya modal, infrastruktur, dan tenaga kerja. Dalam situasi ini, tingginya motivasi kerja baik dari pemilik maupun pemilik UMKM dapat menjadi kunci dalam meningkatkan profitabilitas. Menurut Sunyoto, motivasi didefinisikan sebagai suatu pendorong yang mendorong niat atau keinginan untuk melakukan suatu aktivitas manusia. Semua orang memiliki tujuan yang ingin dicapai dengan cara yang berbeda-beda. Menurut Faizal & Nurohman (2022), motivasi berwirausaha adalah suatu keadaan yang mendorong dan mengarahkan niat pengusaha untuk melakukan aktivitas kewirausahaan dengan cara yang mandiri, optimisme yang penuh, orientasi untuk masa depan, berani mengambil risiko, inovatif, dan kreatif.

Menurut Gemina et al. (2016), motivasi usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha. Melalui kegiatan berwirausaha, orang akan dimotivasi untuk memperoleh penghasilan, yang kemudian akan membentuk profit, sehingga mereka dapat memperluas usahanya. Pelaku UMKM yang termotivasi cenderung bekerja lebih keras, lebih fokus, dan lebih kreatif, hal ini dapat meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas usaha mereka. Motivasi kerja juga dapat memberikan pendorong bagi pemilik UMKM untuk mengambil inisiatif dan bertanggung jawab atas tugas-tugas mereka. Pemilik UMKM yang termotivasi mungkin lebih aktif dalam mencari peluang baru, mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, dan mengelola keuangan perusahaan dengan bijaksana.

Orientasi kewirausahaan adalah komponen tambahan yang mempengaruhi profitabilitas bisnis. Orientasi kewirausahaan sangat penting untuk meningkatkan kinerja bisnis Silviasih et al. (2016). Pemilik UMKM yang berorientasi kewirausahaan memiliki tujuan yang jelas dan berani mengambil risiko untuk mencapai hasil yang baik. Hasil penelitian sebelumnya tentang kewirausahaan menunjukkan betapa pentingnya orientasi kewirausahaan dan bagaimana hal itu memengaruhi kinerja usaha. Sikap manajemen terhadap kewirausahaan dapat digambarkan sebagai sikap berani mengambil risiko (perilaku berani mengambil risiko), mendukung inovasi dan perubahan untuk memperoleh keuntungan bersaing (perilaku inovatif), dan bersaing secara agresif dengan perusahaan lain (Huda, 2022). Untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing di era global, UMKM perlu mengadopsi orientasi wirausaha yang mendorong inovasi dan

keberanian mengambil risiko untuk kesuksesan bisnis. Menurut Rasli et al. (2013), niat berwirausaha adalah motivasi mental yang mendorong seseorang untuk mendirikan usaha. Penelitian Ritonga & Yulhendri (2019) melihat bagaimana orientasi kewirausahaan berdampak pada performace atau pertumbuhan, dan temuan menunjukkan bahwa itu berdampak positif pada kinerja bisnis. Penelitian lain oleh Ritonga & Yulhendri (2019) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berdampak positif pada kinerja usaha mikro kecil di Kota Padang.

Selain itu, orientasi wirausaha merujuk pada pendekatan strategis sebuah bisnis, serta meliputi gaya, metode, dan praktik pengambilan keputusan yang khas dalam konteks kewirausahaan menurut (Suardhika, 2021). Hal ini akan mendorong peningkatan kinerja mereka. Lebih lanjut, mereka menjelaskan perbedaan pokok antara kewirausahaan, yang menyoroti aktivitas awal dalam memasuki bisnis baru, dan orientasi wirausaha, yang lebih menekankan pada strategi untuk meningkatkan kinerja bisnis. Pengembangan kapasitas Usaha Kecil Menengah tidak terlepas dari inovasi strategis yang diterapkan oleh para pengusaha. Orientasi kewirausahaan melibatkan seperangkat nilai, sikap, dan perilaku yang mendukung proses penciptaan, pengembangan, dan implementasi inovasi dalam suatu organisasi. Di sisi lain, profitabilitas mengacu pada kemampuan suatu usaha untuk menghasilkan laba atau keuntungan dalam periode waktu tertentu.

Orientasi kewirausahaan menyoroti pentingnya inovasi dalam menghadapi perubahan pasar dan teknologi. Perusahaan yang mengadopsi orientasi kewirausahaan cenderung lebih terbuka terhadap perubahan dan lebih berani

dalam mengambil risiko untuk menciptakan nilai tambah. Inovasi dapat meningkatkan daya saing dan memberikan keunggulan kompetitif, yang pada akhirnya dapat berdampak positif pada profitabilitas. UMKM yang memiliki orientasi kewirausahaan biasanya lebih tanggap terhadap peluang pasar baru. Mereka lebih cepat dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan mengembangkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan merespons pasar secara efektif, perusahaan dapat memperluas pangsa pasar dan potensi keuntungan. Pasar bisnis saat ini sangat dinamis, dengan perubahan yang cepat dalam teknologi, tren konsumen, dan kebijakan bisnis. Perusahaan yang mengadopsi orientasi kewirausahaan dapat lebih fleksibel dalam menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut. Kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat dapat membuka peluang baru dan mengurangi risiko, yang keduanya dapat berdampak positif pada profitabilitas.

Banyak penelitian mungkin telah mengeksplorasi hubungan antara *love of money* dan motivasi kerja secara terpisah terhadap profitabilitas. Namun, studi yang secara simultan mempertimbangkan peran mediasi orientasi kewirausahaan dalam hubungan ini mungkin masih terbatas. Penelitian ini secara komprehensif bisa menjadi kontribusi baru. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan, bahwa ada keterkaitan antara sikap *love of money* dan motivasi kerja terhadap profitabilitas usaha baik melalui orientasi kewirausahaan maupun tidak. Peneliti sangat berkeinginan untuk meneliti “*Pengaruh Sikap Love of Money dan Motivasi Kerja terhadap Profitabilitas melalui Orientasi Kewirausahaan sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Kecamatan*

Muntilan, Kabupaten Magelang”). Agar bisa mengetahui seberapa pengaruhnya variabel-variabel tersebut terhadap profitabilitas usaha pada UMKM di Kecamatan Muntilan, Kabupaten Magelang dengan melalui atau tidak melalui variabel mediasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah sikap *love of money* berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM?
2. Apakah motivasi kerja berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM?
3. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM?
4. Apakah orientasi kewirausahaan memediasi pengaruh sikap *love of money* terhadap profitabilitas UMKM?
5. Apakah orientasi kewirausahaan memediasi pengaruh motivasi kerja terhadap profitabilitas UMKM?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empiris, apakah

1. Sikap *love of money* berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM
2. Motivasi kerja berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM
3. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM
4. Orientasi kewirausahaan memediasi pengaruh sikap *love of money* terhadap profitabilitas UMKM
5. Orientasi kewirausahaan memediasi pengaruh motivasi kerja terhadap profitabilitas UMKM

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam hal-hal berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang akuntansi dan menambah kesadaran pelaku UMKM akan arti sikap *love of money*, motivasi kerja dan orientasi kewirausahaan akan profitabilitas.

2. Secara Praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan sarana untuk menambah pengetahuan yang berkaitan dengan penelitian, yaitu pengaruh sikap *love of money* dan motivasi kerja terhadap profitabilitas UMKM melalui orientasi kewirausahaan sebagai variabel mediasi.

b. Bagi Pembaca dan Pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca dan khususnya pelaku UMKM untuk mengetahui pengaruh dari variabel tersebut terhadap profitabilitas usaha.

c. Bagi Dunia Pendidikan

Diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan penelitian akuntansi manajemen dan berperilaku untuk menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya.