

# PENGARUH MINAT USAHA DAN JARINGAN PROMOSI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MIKRO DAN KECIL BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KOTA PADANG PANJANG

Herfinda Oktavani

NPP. 30.0190

*Asdaf Kota Padang Panjang, Provinsi Sumatera Barat  
Program Studi Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat*

E-mail: herfinda05@gmail.com

## ABSTRACT

**Problem Statement/Background(GAP):** The development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia has been rapidly increasing, reaching 64 million entrepreneurs. This has led to intense competition among MSME players. Therefore, innovations are needed to sustain their businesses. One innovation applied in Padang Panjang City is the creative economy-based business. **Purpose:** The aim of this study is to examine the influence of business interest and promotion networks on the development of micro and small businesses based on the creative economy in Padang Panjang City. **Methods:** The research method used is a quantitative method with Simple Random Sampling (SRS) technique for sampling. Respondents in this study are micro and small business owners in Padang Panjang City engaged in the creative economy. Data were analyzed using IBM SPSS Statistics 25. **Results:** The results showed that business interest has a significant influence on the development of micro and small businesses based on the creative economy in Padang Panjang City, as evidenced by the t-value (4.201) > t-table (2.005) and the significance value of  $0.00 < 0.05$ . The Promotion Network variable partially has an influence on the success of MSMEs with a t-value (4.524) > t-table (2.005) and a significance value of  $0.00 < 0.05$ . **Conclusion:** Thus, it can be concluded that both variables have a significant influence on the success of creative economy-based MSMEs in Padang Panjang City.

**Keywords:** Business Interest, Promotion Networks, Micro and Small Business Development, Creative Economy, Padang Panjang City

## ABSTRAK

**Permasalahan/Latar Belakang (GAP):** Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat secara pesat hingga mencapai 64 juta pelaku. Hal ini menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat di antara pelaku UMKM. Oleh karena itu, inovasi-inovasi diperlukan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha tersebut. Salah satu inovasi yang diaplikasikan di Kota Padang Panjang adalah usaha berbasis ekonomi kreatif. **Tujuan:** Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh minat usaha dan jaringan promosi terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil berbasis ekonomi kreatif di Kota Padang Panjang. **Metode:** Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan Simple Random Sampling (SRS). Responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha mikro dan kecil di Kota Padang Panjang yang bergerak dalam bidang ekonomi kreatif. Data dianalisis dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 25. **Hasil/Temuan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro dan

kecil berbasis ekonomi kreatif di Kota Padang Panjang. Hal ini dibuktikan dari nilai thitung (4.201) > ttabel (2.005) dan nilai signifikansinya sebesar  $0.00 < 0.05$ . Variabel Jaringan Promosi secara parsial mempunyai pengaruh terhadap Keberhasilan UMKM dengan nilai thitung (4.524) > ttabel (2.005) dan nilai signifikansinya sebesar  $0.00 < 0.05$ . **Kesimpulan:** Sehingga dapat disimpulkan dari kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Padang Panjang.

**Kata Kunci :** Minat Usaha, Jaringan Promosi, Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil, Ekonomi Kreatif, Kota Padang Panjang.

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini menjadi penunjang terbesar perekonomian di Indonesia. UMKM memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha sehingga dapat mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dalam kehidupan bermasyarakat. Disisi lain, UMKM juga dapat mereduksi tingkat pengangguran dengan cara menyerap tenaga kerja dalam skala yang cukup besar. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan UMKM menjadi salah satu sektor yang sangat penting di Indonesia (Rana, 2019).

UMKM di Indonesia berkembang dengan sangat pesat. Jumlah UMKM di Indonesia berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM mencapai 64 juta. Hal ini menyebabkan terjadinya persaingan yang sangat ketat sehingga para penggerak UMKM perlu melakukan inovasi terhadap usahanya. Pelaku usaha mampu mengembangkan inovasi dan kreatifitas melalui UMKM berbasis Ekonomi Kreatif. Menurut definisi yang diberikan oleh Kementerian Perdagangan Indonesia pada tahun 2009, Ekonomi Kreatif merupakan suatu bentuk dari upaya untuk mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas. Pembangunan yang berkelanjutan sendiri merujuk pada iklim perekonomian yang mampu bersaing dan memiliki sumber daya yang dapat diperbaharui. Dalam kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia, Ekonomi Kreatif memberikan dampak yang positif. Peningkatan PDB nasional pada tahun 2017-2019 dapat dikaitkan dengan pertumbuhan Ekonomi Kreatif, sebagaimana dijelaskan oleh Santosa pada tahun 2020. Dalam mewujudkan masyarakat yang berinovasi, berkreatifitas tinggi, berkualitas, serta ahli di bidang produksi pemerintah daerah mengerahkan perhatiannya kepada masyarakat yang menyandang status sebagai pelaku UMKM dengan memberlakukan berbagai kebijakan. Salah satu kebijakan pemerintah itu terdapat dalam Undang-undang No.23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, dimana pemerintah daerah diberikan wewenang untuk dapat mengembangkan potensi yang ada demi kepentingan masing-masing daerah, yang kemudian diharapkan pemerintah daerah mampu mengoptimalkan kekayaan daerah baik sumber daya alam maupun manusianya guna peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dalam UU No.20 tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dijelaskan bahwa pemerintah melakukan berbagai upaya untuk mendukung sektor UMKM, mewujudkan masyarakat sejahtera dengan membantu masyarakat dalam mengembangkan UMKM. Fokus pemerintah adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan mencanangkan program pemberdayaan UMKM yang berbasis Ekonomi Kreatif.

UMKM berbasis Ekonomi Kreatif banyak dikembangkan di berbagai daerah di Indonesia. Salah satunya di Kota Padang Panjang yang dominan memiliki masyarakat sebagai pelaku UMKM. Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) telah mencatat jumlah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang Panjang pada tahun 2022 yaitu sebanyak 133 pelaku UMKM berbasis Ekonomi Kreatif yang terdiri dari sub sektor aplikasi, fashion, design interior,

photography, musik, televisi dan radio, periklanan, seni pertunjukan, kriya, kuliner, dan usaha wedding (Disporapar Kota Padang Panjang, 2022).

Tingkat keberhasilan UMKM dapat dilihat dari seberapa tingginya minat masyarakat dalam berwirausaha. Pelaku usaha harus memiliki sikap berani mengambil resiko, memanfaatkan jaringan promosi, bertanggung jawab dalam menjalankan usaha yang sedang digeluti, berfikir optimis, dan pandai dalam memanfaatkan peluang. Penelitian (Marietha, 2019) dengan judul "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Malang" menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha, inovasi, dan promosi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif di Kota Malang.

### **1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil**

Minat usaha pelaku UMKM di Kota Padang Panjang mengalami penurunan selama pandemi COVID-19. Faktor yang menyebabkan berkurangnya minat usaha pelaku UMKM karena terjadinya penurunan nilai jual yang mempengaruhi ketersediaan modal. Pemerintah Kota Padang Panjang menyikapi permasalahan tersebut dengan memberikan Bantuan Langsung Tunai (BLT) tahun 2020 dan Bantuan Pelaku Usaha Mikro (BPUM) tahun 2021 guna meningkatkan minat usaha masyarakat (Kusnadi, 2021).

Selain minat usaha, keberhasilan UMKM juga didukung oleh jaringan promosi. Menurut hasil penelitian Nursalina (2018) yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Makassar", keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti minat berwirausaha, jaringan, merek, dan promosi.

Perkembangan teknologi saat ini dapat dimanfaatkan dalam mempromosikan produk usaha. Dengan adanya inovasi-inovasi baru seperti media sosial memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM dalam memasarkan produknya dengan jangkauan yang lebih luas. Di Kota Padang Panjang terdapat grup facebook resmi yang bernama Padang Panjang Online, dimana grup tersebut merupakan tempat bagi para pelaku UMKM untuk mempromosikan produknya baik kuliner, sewa kendaraan, homestay, fashion dan usaha lain yang bernilai ekonomi. Pelaku UMKM dapat dengan mudah menjelaskan dan meyakinkan calon pembeli mengenai barang maupun jasa yang disediakan.

Dengan lahirnya Ekonomi Kreatif diharapkan pemerintah dan masyarakat mampu bersinergi memerangi tingginya angka kemiskinan. Seiring waktu berlalu jumlah penduduk di Indonesia akan selalu bertambah dimana kebutuhan akan lapangan pekerjaan terus meningkat dan standar gaya hidup masyarakat juga akan semakin naik. Kiblat orientasi ekonomi saat ini berada pada tingkat Ekonomi Kreatif, dalam artian adanya tuntutan perubahan dalam pelaksanaan kegiatan di dunia perekonomian. Untuk itu diharapkan Indonesia mampu mengimbangi terobosan baru di era Ekonomi Kreatif dengan turut berperan aktif dan menyiapkan perencanaan pengembangan Ekonomi Kreatif yang berdaya saing.

Total pelaku UMKM yang terdata di Kota Padang Panjang saat ini terdapat sekitar 12.444 usaha mikro, namun sebagian besar mengalami penurunan yang signifikan karena pandemi Covid-19 (P. Panjang, 2021). Kondisi ini membuat pelaku Ekonomi Kreatif sektor UMKM diharuskan terus berinovasi dan berkembang agar usaha mereka tetap bertahan. Oleh karena itu, dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh minat berwirausaha dan jaringan promosi terhadap perkembangan dan keberhasilan UMKM berbasis Ekonomi Kreatif, khususnya di Kota Padang Panjang yang saat ini sedang menghadapi tantangan yang serius.

### **1.3 Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini merujuk pada beberapa penelitian terdahulu, baik dalam konteks pembangunan ekonomi maupun konteks pemberdayaan masyarakat. Penelitian Putri Marietha pada tahun 2019 yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Malang" menunjukkan hasil penelitian bahwa faktor-faktor seperti motivasi wirausaha, inovasi, dan promosi memiliki efek positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berbasis ekonomi kreatif di Kota Malang. Dimas Novendra Alfianto (2021), Penelitian dengan judul "Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah Susu Sapi Perah Di Kabupaten Boyolali Provinsi Jawa Tengah" menunjukkan hasil penelitian bahwa program pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) peternakan susu sapi perah di Kabupaten Boyolali memberikan hasil yang signifikan, berjalan dengan baik, meskipun masih menghadapi beberapa kendala. Salah satu kendala utama adalah kurangnya inovasi dalam pengembangan produk, selain itu juga terdapat keterbatasan dana yang menghambat proses pemberdayaan. Dani Danuar dan Darwanto. (2013), Penelitian dengan judul "Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang" menunjukkan hasil penelitian bahwa meskipun ada UMKM yang bergerak di bidang kreatif di Kota Semarang, namun mereka belum mampu menjadi penggerak utama ekonomi karena masih kalah dominan dibandingkan dengan industri besar. UMKM kreatif di Kota Semarang mengalami tantangan dalam mengembangkan usaha mereka karena terbatasnya kemampuan dan kurangnya identitas khas yang dapat dihadirkan untuk Kota Semarang. Beberapa masalah yang sering dihadapi oleh UMKM kreatif di Kota Semarang meliputi permodalan, pasokan bahan baku dan faktor produksi, tenaga kerja, biaya transaksi, pemasaran, dan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI). Untuk memajukan dan meningkatkan kemajuan UMKM kreatif, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat secara luas. Penelitian yang dilakukan oleh Wijanarko, Aris dan Susila, Ihwan, Jurnal. (2016) memiliki hasil bahwa ada empat faktor penentu keberhasilan UMKM kreatif di Kota Surakarta, yaitu promosi, branding, minat berwirausaha, dan jaringan usaha. Hasil penelitian tersebut dapat digunakan sebagai patokan bagi usaha sejenis yang ingin sukses dalam mengembangkan usahanya. Penelitian Rifqi Alfalah Hutagalung, Pinondang Nainggolan, dan Pawan Darasa Panjaitan (2021) yang berjudul "Analisis Perbandingan Keberhasilan UMKM Sebelum dan Saat Menggunakan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) di Kota Pematangsiantar", ditemukan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM di Pematangsiantar. Penelitian yang dilakukan oleh Hairudinor, Setio Utomo, M. Hasanur Arifin, dan Rizki Muslim Hidayat pada tahun 2019 membahas tentang faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Banjarmasin. Berdasarkan hasil penelitian, faktor-faktor seperti minat berwirausaha, jaringan usaha, dan merek secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha dengan total pengaruh sebesar 0,973 atau 97,3%. Penelitian Adi Wahyudin, Rafiuddin Rafiuddin. (2020), dengan judul penelitian "Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Ukm Ekonomi Kreatif Sarung Nggoli Bima Desa Tawali Kecamatan Wera Kabupaten Bima". Penelitian ini membahas strategi pengembangan ekonomi lokal pada UMKM ekonomi kreatif Sarung Nggoli Bima di Desa Tawali Kecamatan Wera Kabupaten Bima, yang dapat meningkatkan daya saing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindakan yang dapat dilakukan adalah memilih bahan baku

berkualitas dan mudah didapat, melakukan inovasi pada desain motif yang mengikuti tren terkini, dan menggunakan teknik pemasaran yang efektif seperti promosi penjualan langsung atau publikasi, informasi pasar, dan membangun jaringan pemasaran yang luas. Kemudian penelitian Dwi Gemina, Endang Silaningsih, Erni Yuningsih. (2016). Yang berjudul “Pengaruh Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Kemampuan Usaha Sebagai Variabel Mediasi Pada Industri Kecil Menengah Makanan Ringan Priangan Timur-Indonesia”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan usaha, di mana semakin tinggi motivasi usaha maka semakin tinggi pula kemampuan usaha. Kemampuan usaha juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, di mana semakin tinggi kemampuan usaha maka semakin tinggi juga keberhasilan usaha.

#### **1.4 Pernyataan Kebaruan Ilmiah**

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yaitu mencari tahu besarnya pengaruh minat usaha dan jaringan promosi terhadap keberhasilan usaha kecil dan mikro berbasis ekonomi kreatif di kota Padang Panjang, metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif yang juga berbeda dengan penelitian Putri Marietha, Dimas, Dani, Wijanarko dkk, dan Adi Wahyudin dkk. Selain itu pengukuran/variabel yang digunakan juga berbeda dari penelitian sebelumnya yakni menggunakan variabel minat usaha (Alma, 2004) yang mengatakan bahwa sifat yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha diantaranya yaitu Percaya diri, Berorientasikan tugas dan hasil, Pengambilan resiko, Kepemimpinan, Keorisinilan. Dan jaringan promosi (Widodo, 2017) yang mengatakan bahwa terdapat empat strategi promosi melalui media sosial, yaitu Konteks (*Context*), Komunikasi (*Communication*), Kolaborasi (*Collaboration*), dan Koneksi (*Connection*).

#### **1.5 Tujuan**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh minat usaha dan jaringan promosi terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil berbasis ekonomi kreatif di Kota Padang Panjang

## **II. METODE**

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dalam penelitiannya sesuai dengan judul penelitian "Pengaruh Minat Usaha dan Jaringan Promosi Terhadap Perkembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Padang Panjang". Pendekatan kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang objektif, meliputi pengumpulan dan analisis data kuantitatif, serta menggunakan metode statistik untuk pengujian data.

Kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu. Metode ini melibatkan pengumpulan data melalui instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:8).

Pendekatan kuantitatif meyakini bahwa perilaku manusia dapat diprediksi dan realitas sosial dapat diukur secara objektif. Oleh karena itu, penggunaan penelitian kuantitatif dengan instrumen yang valid dan reliabel, serta analisis statistik yang tepat, akan menghasilkan temuan penelitian yang tidak menyimpang dari realitas yang sebenarnya.

Penelitian dilaksanakan di Kota Padang Panjang Provinsi Sumatera Barat sebagai lokus penelitian. Alasan pemilihan kota tersebut adalah karena banyaknya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang belum mencapai kesejahteraan yang memadai.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan proyeksi penduduk interim 2020-2023, Kota Padang Panjang memiliki jumlah penduduk sebanyak 56.971 jiwa pada tahun 2021, dengan 28.627 penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 28.344 penduduk berjenis kelamin perempuan. Rasio jenis kelamin penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan dihitung sebesar 101,0, yang berarti jumlah penduduk laki-laki lebih banyak 1% dari jumlah penduduk perempuan (B. K. P. Panjang, 2022).

Penelitian dilakukan dengan mengangkat dua variabel bebas yaitu variabel Minat Usaha (X1) dan Jaringan promosi (X2) terhadap Keberhasilan UMKM (Y) berbasis ekonomi kreatif di Kota Padang Panjang. Berdasarkan hasil analisis diketahui 57 orang responden yang diteliti merupakan pengusaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Padang Panjang dengan rentang umur antara 20-60 tahun yang memiliki usaha mikro kecil dengan jenis yang berbeda mulai dari usaha fashion, desainer, kecantikan, kerajinan, kuliner dan percetakan.

#### 3.1 Pengaruh Minat Usaha Terhadap Keberhasilan UMKM.

Dari hasil uji validitas seluruh item pertanyaan pada variabel minat usaha (X1) menunjukkan bahwa nilai rhitung lebih besar dari rtabel yaitu rhitung sebesar 0.264 dan rtabel sebesar 0.2564 yang artinya bahwa item-item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini valid untuk mengukur variabel minat usaha. Selanjutnya, hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif. Artinya, semakin baik minat usaha, semakin tinggi tingkat keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif. Selain itu, ditemukan pula bahwa setiap kenaikan nilai minat usaha sebesar 1% akan menyebabkan peningkatan keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif sebesar 0,264.

**Tabel Hasil Uji Validitas Variabel X1**

No Item Pertanyaan	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	Keterangan
1	0.2564	0.568	valid
2	0.2564	0.724	valid
3	0.2564	0.720	valid
4	0.2564	0.706	valid
5	0.2564	0.671	valid
6	0.2564	0.815	valid
7	0.2564	0.786	valid
8	0.2564	0.674	valid
9	0.2564	0.705	valid
10	0.2564	0.705	valid
11	0.2564	0.761	valid
12	0.2564	0.659	valid

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Suryana (2013: 85) dimana salah satu indikator keberhasilan usaha adalah kemampuan dan kemauan seorang pelaku usaha itu sendiri. Yang dimaksud dengan kemampuan yaitu keterampilan, pengetahuan, dan sikap. Sedangkan yang dimaksud dengan kemauan yaitu adanya ketertarikan dalam menjalankan usaha (minat usaha).

#### 3.2 Pengaruh Jaringan Promosi Terhadap Keberhasilan UMKM

Dari hasil uji validitas pada variabel jaringan promosi (X2), terdapat 4 item pertanyaan dimana seluruh itemnya valid, yang artinya jaringan promosi mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai jaringan promosi sebesar 1% maka keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif meningkat 0.714. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik jaringan promosi maka semakin tinggi tingkat keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif terlihat dari hasil nilai r hitung (0.714) > r tabel (0.2564).

### Hasil Uji Validitas Variabel X2

No Item Pertanyaan	r <sub>tabel</sub>	r <sub>hitung</sub>	Keterangan
1	0.2564	0.769	valid
2	0.2564	0.839	valid
3	0.2564	0.817	valid
4	0.2564	0.736	valid

Hasil uji ini sesuai dengan penelitian (Mustakim, 2018) yang menunjukkan bahwa jaringan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan UMKM. Dalam penelitian ini, Mustakim mengukur pengaruh jaringan promosi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM, seperti penjualan, profitabilitas, dan pertumbuhan bisnis. UMKM dengan jaringan promosi yang kuat akan menghasilkan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan UMKM yang tidak memiliki jaringan promosi. Selain itu, UMKM dengan jaringan promosi yang baik juga memiliki profitabilitas yang lebih baik dan pertumbuhan bisnis yang lebih cepat.

### 3.3 Pengaruh Minat Usaha dan Jaringan Promosi Terhadap Keberhasilan UMKM.

Hasil perhitungan analisis regresi berganda disajikan dalam tabel hasil perhitungan regresi *coefficients* (a)

Kontribusi minat usaha dan jaringan promosi terhadap keberhasilan UMKM didasarkan pada persamaan regresi di bawah ini :

$$Y = -5.543 + 0.264 X1 + 0.714 X2$$

Persamaan analisis jalur tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Koefisien jalur X1 sebesar 0.264 yang dapat diartikan bahwa variabel minat usaha memberikan pengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Padang Panjang.
- Koefisien jalur X2 sebesar 0.714 yang dapat diartikan bahwa variabel jaringan promosi memberikan pengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Padang Panjang.

**Tabel Hasil Perhitungan Regresi Coefficients(a)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	- 5.543	2.996		- 1.850	.000		
Minat Usaha	0.264	0.063	0.426	4.201	.000	.646	1.549
Jaringan Promosi	0.714	0.158	0.459	4.524	.000	.646	1.549

### 3.4 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Terdapat hubungan yang kuat antara minat usaha dan keberhasilan UMKM di Kota Padang Panjang. Minat usaha yang kuat dapat membantu pemilik UMKM untuk memotivasi diri, mengembangkan kreativitas, meningkatkan produktivitas, dan fokus pada kualitas produk dan layanan yang ditawarkan. Menurut Santosa (2016:19), minat berwirausaha merujuk pada keinginan atau hasrat seseorang untuk menciptakan sebuah usaha, kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko, dan mengembangkan usaha tersebut. Penulis menemukan temuan penting yakni UMKM yang dimiliki oleh pemilik dengan minat usaha yang tinggi cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan UMKM yang dimiliki oleh pemilik dengan minat usaha yang rendah, cenderung lebih inovatif dalam menciptakan produk dan pelayanan yang lebih baik serta berkualitas, dan cenderung lebih berhasil dalam mengembangkan bisnis mereka dan meraih keuntungan yang lebih besar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Suryana (2013: 85) dimana salah satu indikator keberhasilan usaha adalah kemampuan dan kemauan seorang pelaku usaha itu sendiri. Yang dimaksud dengan kemampuan yaitu keterampilan, pengetahuan, dan sikap. Sedangkan yang dimaksud dengan kemauan yaitu adanya ketertarikan dalam menjalankan usaha (minat usaha). Hal ini juga sejalan dengan pendapat Santosa (2016:19) yaitu “Minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri individu untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung resiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut”.

Jaringan promosi juga memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Menurut Laksana (2019:129) promosi merupakan suatu proses komunikasi antara penjual dan pembeli yang melibatkan informasi yang tepat guna untuk mengubah sikap dan perilaku pembeli. Promosi bertujuan untuk mengubah keadaan awal ketidaktahuan konsumen mengenai produk menjadi konsumen yang mengetahui dan membeli produk tersebut. Oleh karena itu, promosi dianggap sebagai sebuah kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menyebarluaskan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan konsumen mengenai produk yang ditawarkan. Penulis menemukan temuan penting yakni jaringan promosi yang kuat dapat membantu UMKM dalam meningkatkan keberhasilan bisnis mereka melalui peningkatan penjualan dan memperluas jangkauan pasar, dan memiliki akses yang lebih mudah ke informasi dan sumber daya yang dapat membantu mereka dalam mengembangkan bisnis.

Hasil uji ini sesuai dengan penelitian (Mustakim, 2018) yang menunjukkan bahwa jaringan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan UMKM. Dalam penelitian ini, Mustakim mengukur pengaruh jaringan promosi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM, seperti penjualan, profitabilitas, dan pertumbuhan bisnis. UMKM dengan jaringan promosi yang kuat akan menghasilkan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan UMKM yang tidak memiliki jaringan promosi. Selain itu, UMKM dengan jaringan promosi yang baik juga memiliki profitabilitas yang lebih baik dan pertumbuhan bisnis yang lebih cepat.

#### **IV. KESIMPULAN**

Penulis menyimpulkan bahwa minat usaha dan jaringan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Padang Panjang. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi para pelaku usaha mikro dan kecil berbasis ekonomi kreatif di Kota Padang Panjang dalam meningkatkan kemajuan usahanya. Pelaku usaha dapat meningkatkan minat usaha dan berinovasi dalam mengembangkan produk atau jasa, serta meningkatkan jaringan promosi dengan memanfaatkan media sosial dan jejaring bisnis. Guna terwujudnya keberhasilan dalam berwirausaha, disarankan agar pelaku UMKM di



kota Padang Panjang dapat meningkatkan keberaniannya dalam meminimalisir resiko dan meningkatkan kemampuan dalam menciptakan sesuatu hal yang menarik dan kreatif seperti bisnis *e-commerce* (tokopedia, bukalapak, shopee, atau lazada) berbasis lokal yang menyediakan produk-produk khas daerah atau produk-produk unik dari produsen lokal yang dipasarkan melalui *marketplace*. Selanjutnya pelaku UMKM mampu untuk meningkatkan kinerja pemasaran, hal-hal yang perlu dilakukan kaitanya dengan jaringan promosi adalah dengan terus menjaga keharmonisan keeratan antar jaringan usaha lainnya seperti mempromosikan bisnis di media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, atau LinkedIn. Bergabung dengan platform *e-commerce* seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, atau Lazada yang dapat membantu dalam memperluas jaringan promosi. Kemudian perlu adanya dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait kepada para pelaku usaha mikro dan kecil berbasis ekonomi kreatif, diantaranya yaitu pemerintah menyediakan program KUR untuk membantu pelaku UMKM yang memerlukan modal usaha, memberikan pembebasan pajak dan sanksi pajak bagi UMKM yang memenuhi syarat tertentu, menyediakan pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM dalam berbagai aspek bisnis seperti manajemen keuangan, pemasaran, dan pengembangan produk, memberikan akses ke pasar online dan peluang untuk berpartisipasi dalam pameran-pameran bisnis atau festival-festival, dan memberikan perlindungan hak kekayaan intelektual seperti merek dagang dan hak cipta bagi produk-produk UMKM. Dan bagi penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi Keberhasilan usaha mikro dan kecil berbasis ekonomi kreatif di Kota Padang Panjang, seperti dukungan pemerintah dan kondisi ekonomi daerah.

**Keterbatasan Penelitian.** Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu variabel yang digunakan dalam penelitian belum mampu menjelaskan secara rinci besarnya pengaruh minat usaha dan jaringan promosi terhadap keberhasilan UMKM, dikarenakan masih terdapat variabel lain yang berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM namun tidak dimuat dalam penelitian ini.

**Arah Masa Depan Penelitian (*future work*).** Penulis menyadari penelitian ini masih dalam tingkatan awal, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada lokasi serupa yang berkaitan dengan keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Padang Panjang untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.

## V. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Kepala Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Padang Panjang beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu dan mensukseskan pelaksanaan penelitian.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Dani. (2013). *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang*.
- Dimas. (2021). *Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah Susu Sapi Perah Di Kabupaten Boyolali Provinsi Jawa Tengah*.
- Gemina, D., Silaningsih, E., & Yuningsih, E. (2016). *Pengaruh Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Kemampuan Usaha Sebagai Variabel Mediasi Pada Industri Kecil Menengah Makanan Ringan Priangan Timur-Indonesia*.

- Hutagalung, Rifqi Alfalah Nainggolan, P., & Panjaitan, P. D. (2021). *Analisis Perbandingan Keberhasilan Umkm Sebelum Dan Saat Menggunakan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) Di kota Pematangsiantar.*
- Kusnadi. (2021). *Disperdakop UKM Padang Panjang Upayakan UMKM Pulih Dimasa Pandemi.* <https://infopublik.id/kategori/nusantara/563267/disperdakop-ukm-padang-panjang-upayakan-umkm-pulih-dimasa-pandemi?show=#>
- Laksana. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran.*
- Marietha, P. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Malang.*
- Mustakim. (2018). *Penerapan Promosi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha.*
- Nursalina. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Makassar.* Universitas Negeri Makassar.
- Panjang, D. K. P. (2022). *Data Ekonomi Kreatif Kota Padang Panjang.*
- Panjang, P. (2021). *Disperdakop UKM Padang Panjang Upayakan UMKM Pulih Dimasa Pandemi.*
- Rana, K. (2019). *Analisis Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dalam Membayar Pajak Penghasilan (Studi pada UMKM di Kawasan Pasar Raya Kota Padang).* Universitas Andalas.
- Santosa. (2020). *Pengembangan ekonomi kreatif industri kecil menengah Kota Serang di masa pandemi COVID-19.*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Keatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang.*
- Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).*
- Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014 tentang *Pemerintahan Daerah.*
- Wahyudin, A., & Rafiuddin. (2020). *Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Ukm Ekonomi Kreatif Sarung Nggoli Bima Desa Tawali Kecamatan Wera Kabupaten Bima.*
- Widodo, S. (2021). *Determinan Keberhasilan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bantul.*
- Wijanarko, Aris, Susila, & Ihwan. (2016). *Faktor Kunci Keberhasilan Umkm Kreatif.*