

## **KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KOTA MAKASSAR**

**Nursalina (1494043009). Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi,  
Universitas Negeri Makassar. Dibimbing oleh Muhammad Dinar, S.E.,MS  
dan Dr. Mustari, S.E.,M.Si**

**ABSTRAK.** Nursalina 2018 “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar”. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Dibimbing oleh Bapak Muhammad Dinar, S.E.,M.S dan Bapak Dr. Mustari, S.E.,M.Si. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah minat berwirausaha, jaringan, merek, promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro kecil menengah berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi penelitian adalah pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar. Sampel penelitian 100 orang yang berasal dari populasi. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, kuesioner, interview, dokumentasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 24 for windows.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa koefisien minat berwirausaha dengan nilai koefisiennya 0,075, jaringan dengan nilai koefisiennya 0,110, merek dengan nilai koefisiennya, dan promosi dengan nilai koefisiennya 0,211 dengan menggunakan taraf signifikan 0,05 diperoleh F hitung sebesar 3,896 dengan F tabel sebesar 3.890 dengan demikian F hitung > F tabel dengan tingkat signifikan yang diperoleh  $0,006 < 0,05$  sehingga secara bersama-sama minat berwirausaha, jaringan, merek promosi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar. Sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif.

## 1. PENDAHULUAN

Salah sektor yang menunjang perekonomian di Indonesia berasal dari sektor UMKM karena melalui sektor inilah semua aspek yang engan pola berkaitan dengan pola kehidupan manusia bersumber, mulai dari sektor konsumsi, pangan, fashion, fotografer, kesenian sebagai contoh dalam segi konsumsi, fashion.

Keberhasilan pembangunan identik dengan dengan terciptanya laju pertumbuhan perekonomian dan penyerapan tenaga kerja yang tinggi salah satu sektor rill yang dapat mengurangi tingkat pengangguran adalah usaha mikro kecil dan menengah dan sesuai data populasi pada tahun 2017 yang saya dapat dari Dinas Koperasi dan UMKM Sulawesi Selatan terbagi atas tiga bagian, usaha mikro populasinya sebanyak 134.795 adalah usaha milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.

Usaha Kecil populasinya sebanyak 35.731 adalah usaha ekonomi produktif berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai. usaha menengah populasinya sebanyak 1.447 adalah usaha ekonomi produktif yang di lakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang berdiri sendiri yang bukan anak perusahaan dan usaha besar populasinya sebanyak 670.

Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah memiliki posisi penting bukan saja dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat, dalam banyak hal mereka menjadi perekat dan menstabilkan masalah kesenjangan sosial.

Keberhasilan usaha mikro dan kecil dapat dilihat dari, minat berwirausaha harus mengedepankan keberanian, mampu bertanggung jawab atas usaha yang dijalankan berani mengambil resiko dan mempunyai sikap optimis atas suatu peluang. Mengubah nasib salah satu hal yang bisa mengurangi pengangguran adalah masyarakat harus menciptakan lapangan kerja untuk dirinya sendiri dan bagi orang lain dengan jalan berwirausaha untuk mengurangi pengangguran.

Seorang wirausaha tidak hanya menyediakan pekerjaan bagi dirinya sendiri tetapi juga biasa mengurangi tingkat pengangguran disekitar lingkungannya dengan mempekerjakan orang lain.

Keberhasilan usaha mikro dan usaha kecil dapat dilihat dari jaringan, jaringan link itu sangat penting karena semua ketika kita memutuskan menjadi wirausaha kita mau tidak mau berhubungan dengan orang banyak untuk kemajuan usaha. Kerja sama antara dua orang atau lebih yang sama-sama memiliki usaha dengan tujuan menghasilkan laba.

Memiliki jaringan yang sangat luas sangat penting untuk membantu meraih target-target besar yang di tentukan di masa depan dan tanpa jaringan maka sulit untuk meraih suatu keberhasilan usaha karena beberapa orang dalam jaringan suatu usaha akan mendatangkan keuntungan.

Keberhasilan usaha mikro dan usaha kecil dapat di lihat dari merek adalah bagian penting dalam kegiatan pemasaran. Upaya membangun merek tidak bisa dipisahkan dari persoalan kualitas produk sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk dan jasa manusia telah ditetapkan pada lingkungan yang memenuhi harapan yang telah ditetapkan.

Peluang usaha pemilik UMKM yang sukses mudah mengenali kebutuhan dan keinginan konsumen dan menjadikanya sebagai sebuah peluang usaha karena salah satu tujuan pemasaran adalah memenuhi kebutuhan pelanggan. Ide-ide kreatif dan menarik perlu dalam membangun sebuah merek dengan cara menambah variasi, ragam, atau tingkat mutu produk sesuai dengan keinginan konsumen.

Keberhasilan usaha mikro dan usaha kecil dapat dilihat dari Promosi dapat merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal dan ketika konsumen memiliki daya beli maka dengan adanya kesadaran dan mengenal sebuah produk maka calon konsumen akan menjadi pembeli mengingat produk tersebut.

Salah satu media promosi saat ini adalah perkembangan dunia teknologi dan informasi, menjadikan internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat, dengan adanya media sosial maka pengusaha UMKM dapat juga memanfaatkan smarphone yang dimiliki sebagai media untuk mempromosikan produknya. Banyak yang kita lihat di sosial media sekarang seperti yang sering kita grup Makassar dagang adalah tempat para wirausaha untuk mempromosikan produknya baik dari hal makanan, fashion dan lain-lain.

Pemerintah memberikan perhatian terhadap setiap usaha rakyat pada usaha mikro kecil dan menengah melalui program bantuan kredit usaha rakyat yang disalurkan melalui lembaga keuangan perbangkan yang ditunjuk oleh pemerintah dibawah pengawasan bank Indonesia. Program penciptaan wirausaha mudah oleh beberapa instansi pemerintah dan swasta yang berkembang saat ini perlu mendapatkan perhatian dan dukungan penuh dari pemerintah dari berbagai segi sebagaimana yang tercantum didalam undang-undang nomor 20 tahun 2008.

Ekonomi kreatif sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai suatu system transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi yang digerakan oleh sektor industri yang disebut industri kreatif. Oleh karena itu industri kreatif merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Industri kreatif

adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta industri tersebut.

Kepala Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) RI, Triwan Munaf secara resmi membuka even Makassar International Eight Festival and Forum (F8) dan Indonesia Creative Cities Conference (ICCC) 2017 di Panggung City of Makassar. Dalam sambutannya Triwan memuji ide gagasan wali Kota Makassar, Moh Ramdhan “Danny” Pomanta yang dituangkan dalam program inovasi berbentuk festival spektakuler menghadirkan puluhan perwakilan negara-negara di dunia.

Menurut Kepala Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) RI, Triwan Munaf beberapa festival besar diselenggarakan dikota/kabupaten lainya diindonesia tidak seperti Kota Makassar dan perekonomian kebangsaan saat ini Makassar berhasil meningkatkan pertumbuhan ekonomi hingga 7,9%, capaian tetinggi didunia” peran pemerintah dalam perkembangan ekonomi kreatif di Kota Makassar sungguh luar biasa.Indonesia menjadi salah satu negara di dunia yang memiliki kinerja ekonomi paling hebat. Tahun 2015 lalu, kita mencatatkan pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) 4,79% lebih tinggi dari pada pertumbuhan ekonomi global yang diperkirakan hanya mencapai 2,4% lebih tinggi dari pada pertumbuhan ekonomi global yang diperkirakan hanya mencapai 2,4%. Iklim yang positif tentunya menjadi momen yang tepat bagi pemerintah untuk mengkokohkan fondasi perekonomian terutama pada sektor riil.Salah satu sektor riil yang sangat layak menjadi prioritas adalah ekonomi kreatif.Presiden Joko Widodo optimis bahwa ekonomi kreatif kelak menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Berbeda dengan sektor lainyang sangat tergantung pada eksploitasi sumber daya alam, kekuatan ekonomi kreatif lebih bertumpu pada keunggulan sumber daya manusia.

Terbentuknya bekraf merupakan optimisme pemerintah bahwa ekonomi kreatif pasti akan menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Inilah awal tonggak baru ekonomi kreatif Indonesia. Maka berdasarkan latar belakang diatas maka pada penelitian ini akan diteliti mengenai “faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif dikota Makassar” dilihat dari faktor kunci keberhasilan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP**

### **1. Definisi UMKM**

Usaha mikro kecil merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dipandang cukup memberikan kontribusi yang signifikan kepada perekonomian nasional. UMKM mampu menyerap tenaga kerja dan efektif mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia.

#### **1. Karakteristik UMKM di Indonesia**

Sulistiyastuti 2004 menyebutkan ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia. pertama UMKM tidak memerlukan modal yang besar sebagaimana perusahaan besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit usaha besar. Kedua tenaga kerja yang diperlukan untuk menuntut pendidikan formal tertentu. Ketiga sebagian besar berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. Keempat UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

#### **2. Peranan dan kontribusi UMKM di Indonesia**

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional terutama dalam kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB). Mengingat pentingnya peranan UMKM di bidang ekonomi, sosial dan politik maka saat ini perkembangan UMKM diberi perhatian cukup besar diberbagai dunia.

#### **3. Peranan UMKM di bidang ekonomi**

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peranan yang startegis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. UMKM diharapkan mampu memanfaatkan sumber daya nasional termasuk pemanfaatan tenaga kerja yang sesuai dengan kepentingan rakyat dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimum. Rahman 2009 menambahkan UMKM telah menunjukan perannya dalam penciptaan kesempatan kerja dan sebagai usaha satu sumber penting bagi pertumbuhan produk domestik bruto (PDB). Usaha kecil juga memberikan kontribusi yang tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia di sektor-sektor industri perdagangan dan tranportasi. Sektor ini mempunyai peranan cukup penting dalam penghasilan devisa negara melalui usaha pakaian jadi (garment) barang-barang kerajinan termasuk muebel dan pelayanan bagi turis.

#### **4. Peranan UMKM dibidang sosial**

Sulistiyastuti 2004 berpendapat bahwa UMKM mampu memberikan manfaat sosial yaitu mereduksi ketimpangan pendapatan, terutama di negara-negara berkembang. Peranan usaha kecil tidak hanya menyediakan barang-barang dan jasa bagi konsumen yang berdaya beli rendah tetapi juga bagi konsumen perkotaan lain yang berdaya beli lebih tinggi. Selain itu usaha kecil juga menyediakan bahan baku atau jasa bagi konsumen yang berdaya beli rendah tetapi juga konsumen perkotaan lain yang berdaya beli lebih tinggi. Selain itu usaha

kecil juga menyediakan bahan baku atau jasa bagi usaha menengah dan besar termasuk pemerintah lokal. Tujuan sosial dari UMKM adalah untuk mencapai tingkat kesejahteraan minimum yaitu menjamin kebutuhan dasar rakyat.

Pasal 1 UU Usaha Mikro, Kecil dan Menengah No. 20 Tahun 2008

a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro kecil sebagaimana diatur dalam undang-undang.

b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang ini.

c. Usaha menengah adalah usaha produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang di miliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Berdasarkan kriteria dari masing-masing skala usaha, diatur lebih lanjut dalam dalam pasal 6 UU UMKM No. 20 tahun 2008.

Kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)

Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)

Kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Dari beberapa konsep tersebut diatas dapat dikatakan bahwa wirausaha (baik perorangan maupun bersama-sama adalah pengelola usaha (business owner manager) atau pelaksanaan usaha (business operator) dari usaha yang berskala mikrokecil dan menengah. Pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro kecil dan menengah merupakan upaya yang ditempuh pemerintah untuk mengatasi

masalah pengangguran dan kemiskinan. Menurut Rudjito 2003 usaha mikro kecil adalah usaha yang dimiliki dan dijalankan oleh penduduk miskin atau mendekati miskin. Usaha mikro sering disebut dengan usaha rumah tangga.

Berdasarkan undang-undang nomor 30 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah dalam pasal 3 disebutkan bahwa usaha mikro bertujuan menambahkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan ekonomi yang berkeadilan. Bentuk usaha mikro kecil menengah berupa perusahaan perorangan, persekutuan seperti misalnya firma dan CV maupun perseroan terbatas, dari persekutif dunia diakui bahwa usaha mikro kecil dan menengah memainkan suatu peran yang sangat vital didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi tidak hanya negara-negara sedang berkembang tetapi juga dinegara maju.

Di negara maju usaha mikro kecil dan menengah sangat penting tidak hanya karena kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar seperti halnya dinegara sedang berkembang tetapi juga dibanyak negara kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestic bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dan usaha besar.

## **2. Definisi Keberhasilan Usaha**

keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Keberhasilan atau kegagalan wirausaha sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik eksternal maupun internal. Menurut Sujuti Jahja (1997) faktor internal yang berpengaruh yaitu kemauan, kemampuan dan kelemahan. Adapun faktor yang berasal dari eksternal diri perilaku adalah kesempatan atau peluang.

Dalam pengertian umum keberhasilan usaha menunjukan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. hal tersebut selaras dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Moch. Kohar Mudzakar 1998 yang menyatakan bahwa keberhasilan usaha adalah suatu keadaan yang menggambarkan lebih dari pada lainnya yang sederajat atau sekelasnya.

Menurut pendapat Moch. Kohar Mudzakar tersebut menjelaskan bahwa suatu usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya. Keberhasilan usaha dapat diukur dari berbagai segi diantaranya dari laba usaha yang berhasil dicapai oleh para pengusaha pada waktu tertentu (Waridah 1992) berhasil tidaknya suatu usaha dapat diketahui dari membesarnya skala usaha yang dimiliki (Dedi hary adi 1998).

Menurut Ina Primiana 2009:49 mengemukakan bahwa keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi. Sedangkan menurut Algifari 2003:118 ia berpendapat bahwa keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara ekonomis. Pendapat lain diungkapkan oleh Moch. Kohar Mudzakar dalam Ressa Annya. dari 2011:21b keberhasilan usaha adalah Sesutu keadaan yang menggambarkan lebih dari pada yang lainnya yang sederajat/sekelasnya. Henry Faizal Noor 2007:397

mengemukakan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis.

Menurut Albert Wijaya dalam Suryana 2011:168 yang mengemukakan bahwa faktor yang merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran dari keberhasilan suatu usaha adalah laba.

Menurut Tulus Tambunan 2001:14 faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha dapat diketahui dari dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal diantaranya yaitu kualitas SDM, penguasaan organisasi, struktur organisasi, system manajemen, partisipasi, kultur/budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, dan tingkat entrepreneurship. Faktor eksternal dapat dibagi menjadi dua yaitu pemerintah dan non pemerintah. Faktor pemerintah diantaranya kebijakan ekonomi, birokrat, politik, dan tingkat demokrasi. Faktor non pemerintah yaitu system perekonomian sosia-kultur budaya masyarakat, system pemburuhan dan kondisi pemburuhan, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat dan lingkungan global.

Keberhasilan suatu usaha diidentikan dengan laba atau penambahan material yang dihasilkan oleh pengusaha tetapi pada dasarnya keberhasilan usaha tidak hanya dilihat dari hasil secara fisik tetapi keberhasilan usaha dirasakan oleh pengusaha dapat berupa panggilan atau kepuasan batin.

Kriteria keberhasilan usaha dalam penelitian Riyanti 2003 tentang wirausaha kecil di Singapura menunjukan bahwa dari 85% responden yang menjawab 70% wirausaha menggunakan net laba bersih (profit growth) untuk mengukur keberhasilan usaha diusul oleh laba penjualan (sales revenue growth 61%) laba setelah pajak (return on investment 50%) dan pangsa pasar (market share 48%) selanjutnya 38% dari wirausaha yang menggunakan kriteria keberhasilan laba bersih (net profit growth) berpendapat bahwa prestasi 6-10% pertumbuhan pertahun merupakan indikator keberhasilan usaha. Untuk mendukung uraian diatas kriteria keberhasilan usaha adalah usaha-usaha yang mengalami peningkatan 25% dari keadaan ketika perusahaan didirikan. Meskipun hanya 25% kerana yang dilihat adalah peningkatan dalam akumulasi modal, jumlah produksi, jumlah pelanggan, perluasaan usaha dan perbaikan fisik maka kriteria tersebut dinilai cukup signifikan sebagai kriteria keberhasilan usaha (Riyanti 2003).

### **3. Ekonomi Kreatif.**

Ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi baru yang lahir pada awal ke-21. Gelombang ekonomi baru ini mengutamakan intelektual sebagai kekayaan yang dapat menciptakan uang, kesempatan kerja, pendapatan, dan kesejahteraan.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berperan penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Tercatat saat ini ada 58 juta unit UMKM di Indonesia sampai akhir 2016 ini dengan kontribusi terhadap PDB nasional sebesar 58%. Bank Indonesia (BI) mencatat potensi ekonomi kreatif dari usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terhadap Produk Domestik Bruto mencapai Rp850 triliun pertahunnya dan mampu menciptakan 15 juta tenaga kerja.



Inti dari ekonomi kreatif terletak pada industri kreatif yaitu industri yang digerakan oleh para kreator dan inovator. (Moelyono 2010:3) rahasia ekonomi kreatif terletak pada kreatifitas dan keinovasian.

Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru, sedangkan keinovasian adalah melakukan sesuatu yang baru, teknik baru, cara operasional baru. Hakikat kreativitas adalah menciptakan sesuatu dari yang tidak ada atau memperbaharui kembali sesuatu dari yang telah ada atau memperbaharui kembali sesuatu yang telah ada. Dengan kreativitas dikembangkan menjadi inovasi. Ketika inovasi dilakukan disemua ragam fungsi bisnis, maka itulah entrepreneurship. Kreativitas adalah pembentuk inovasi dan inovasi adalah pemebentuk entrepreneurship.

a. enis-jenis ekonomi kreatif

#### 1. Periklanan (advertising)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu. Meliputi proses kreasi, operasi, dan distribusi dari periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan kampanye relasi publik. Selain itu tampilan periklanan dimedia cetak (surata kabar dan majalah) dan elektronok (televisi dan radio) pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamphlet, edaran, brouser dan media reklame sejenis lainnya, distribusi dan delivery advertising materials or samples, serta penyewaan kolom untuk iklan.

#### 2. Arsitektur

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh baik dari level makro (town planning, urban design, landscape architecture) sampai level makro (detail kontruksi).

#### 3. Pasar barang seni

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet, meliputi barang-barang music, percetakan, kerajinan, automobile dan film.

#### 4. Kerajinan (craft)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serta alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu dan besi), kaca porselen, kain, marmer, tanah liat, dan kapur.

#### 5. Desain

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultansi indentitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.

#### 6. Fesyen (fashion)

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya.

#### 7. Video, film, dan fotografer

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografer, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk didalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinemotografi, sinetron, dan pameran, atau festival film.

#### 8. Permainan interaktif (game)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Sub-sektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.

#### 9. Musik

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi, dari rekaman suara.

#### 10. Seni pertunjukan (showbiz)

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan.

#### 11. Penerbitan dan percetakan

Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, Koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi, saham, dan surat berharga lainnya, paspor, tiket pesawat terbang dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto gravir (engraving) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.

#### 12. Layanan komputer dan piranti lunak (software)

Kegunaan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa komputer, pengolahan data, pengembangan data base, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti kertas, serta desain portal termasuk perawatannya.

#### 13. Televisi dan radio (broadcasting)

Kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha kreasi, produksi, dan pengemasan acara televisi (games, kuis, reality show, infotainment dan lainnya) penyiaran dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar) siaran radio dan televisi.

#### 14. Riset dan pengembangan (R&D)

Kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologi tersebut guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

## **4. METODE PENELITIAN**

### **1. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai atau sifat dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 38). Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel terikat (*Dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah ekonomi kreatif (Y).

b. Variabel bebas (*Independen*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya variabel (Ferdinand, 2006). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah keberhasilan UMKM (X).

1. Minat berwirausaha ( $X_1$ )
2. Jaringan ( $X_2$ )
3. Merek ( $X_3$ )
4. Promosi ( $X_4$ )

### **2. Desain Penelitian**

Desain penelitian merupakan suatu rancangan atau tata cara untuk melaksanakan penelitian dalam rangka untuk memperoleh data penelitian yang diperlukan.

### **3. Defenisi Operasional Variabel**

Definisi Operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2004).

Usaha mikro kecil adalah usaha produktif milik orang perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang asset maksimal Rp 50 juta, kriteria omset maksimal Rp 300 juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria dalam undang-undang kriteria asset Rp 50 juta-Rp 500 juta, kriteria omset Rp 300 juta- Rp 2,5 miliar. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai menjadi bagian baik langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang kriteria asset Rp 500 juta- Rp 10 miliar, kriteria omset Rp 2,5 miliar- Rp 50 miliar.

### **4. Populasi dan sampel**

#### **a. Populasi**

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa menjadi menjadi pusat perhatian seseorang mpeneliti karena itu yang dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006 :223). Populasi dalam penelitian ini

adalah usaha mikro kecil di kota Makassar yang mempunyai usaha sejumlah 170.526.

#### **b. Sampel**

Sampel dapat didefinisikan sebagai subjek dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subjek ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2006 :223). Pengertian lain sampel adalah sekumpulan data yang diambil atau dipilih dari suatu populasi (santoso, 2001). Menurut sugiyono (2001:72)” sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Oleh karena itu, untuk menentukan jumlah anggota sampel digunakan rumus (Supramono dan Haryanto, 2005:62):

#### **c. Teknik pengumpulan data**

Untuk memperoleh data yang subjektif pada penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

##### **a. Observasi**

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.

##### **b. Kuesioner**

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Adapun angket ini akan diberikan kepada responden yang mendirikan UMKM berbasis ekonomi kreatif di dalam sampel penelitian ini.

##### **c. Interview**

Interview (wawancara) digunakan untuk mengumpulkan data yang dilakukan melalui dengan wawancara secara tatap muka.

Apakah pemilihan informasi ini akan disesuaikan dengan kondisi di lapangan yang akan diperhitungkan oleh peneliti mulai dari kesediaan waktu dan informasi yang akan dipilih.

##### **d. Dokumentasi**

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data-data yang diperoleh dalam bentuk catatan-catatan atau gambar yang dapat memberikan keterangan yang lebih lengkap sehubungan dengan data yang dibutuhkan.

#### **d. Instrumen Penelitian**

Menurut Sugiyono (2012: 102), instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Penelitian ini menggunakan penilaian skala *likert*. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Eko Putro Widoyoko: 2012). Dalam skala *likert*, terdapat 4 (empat) skala/pilihan alternatif jawaban. Empat skala tersebut terdiri dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), dan Tidak Setuju (TS). Berikut adalah tabel yang menggambarkan skor pada setiap skala *likert*.

#### e. Teknik Analisis Data

Untuk dapat merumuskan hasil penelitian sebagai penyelesaian untuk menentukan jawaban dari masalah yang diteliti, maka digunakan teknik analisis.

##### 1. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan analisis yang digunakan untuk data-data yang berbentuk angka yang dapat diukur atau dihitung. Tujuan analisis kuantitatif adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel atau hal terhadap variabel lain secara kuantitatif. Analisis ini menggunakan suatu perhitungan melalui metode statistik dan untuk mempermudah analisis data maka dalam penelitian ini menggunakan SPSS 24.

##### 2. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk melihat kelayakan penelitian yang dilakukan dengan melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen koefisien determinasi  $R^2$  digunakan untuk mengetahui berapa persen variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen. Nilai  $R^2$  ini terletak antara 0 dan 1. Bila nilai  $R^2$  mendekati 0 berarti sedikit sekali variasi variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen. Jika nilai  $R^2$  bergerak mendekati 1 semakin besar variasi variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel independen. Jika ternyata dalam perhitungan  $R^2$  sama dengan 0 maka ini menunjukkan bahwa variabel dependen tidak bias dijelaskan oleh variabel independen.

##### 3. Pengujian Hipotesis

###### a. Uji Simultan

Tahapan ini dilakukan pengujian terhadap variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y), dengan demikian akan diketahui model hubungan fungsional antara variabel terikat dan variabel bebas yang terbentuk dalam penelitian ini. Jika hasil perhitungan menunjukkan jika nilai probabilitas (P Value)  $< \alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Uji simultan digunakan untuk mengetahui signifikannya pengaruh variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y), uji F dilakukan dengan langkah:

1. Menentukan hipotesis nol alternative
2. Menghitung nilai Fhitung  $F_{hitung}$ , maka  $H_0$  diterima
3. Membandingkan nilai Fhitung dengan nilai Ftabel
4. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

## 5. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. HASIL PENELITIAN

#### a. Hasil analisis regresi

Tabel 1.4  
Hasil Analisis Regresi  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,579	1,958		4,381	,000		
	Minat_Berwirausaha	,075	,085	,087	,880	,381	,931	1,074
	Jaringan	,110	,098	,111	1,127	,262	,929	1,076
	Merek	,006	,090	,007	,069	,945	,935	1,070
	Promosi	,211	,066	,313	3,175	,002	,928	1,077

Dependent Variable: Keberhasilan\_Usaha Y

Sumber: Data diolah, 2018.

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 24 maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + b_4 \cdot X_4 + e$$

$$Y = 8,576 + 0,075 + 0,110 + 0,006 + 0,211 + e$$

Dari persamaan tersebut di atas berarti bahwa nilai konstanta yang dihasilkan 8,576 mengindikasikan bahwa jika nilai minat berwirausaha, jaringan, merek, promosi dianggap konstan maka nilai keberhasilan adalah sebesar 8,576.

Nilai koefisien regresi minat berwirausaha 0,075 artinya minat berwirausaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai minat berwirausaha sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat 0,075. Artinya semakin baik minat berwirausaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi jaringan 0,110 artinya jaringan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai jaringan sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat sebesar 0,110. Artinya semakin tinggi jaringan usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi merek 0,066 artinya merek mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif

karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai merek sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat sebesar 0,066. Artinya semakin tinggi merek usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi promosi 0,211 artinya promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai promosi sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat sebesar 0,11. Artinya semakin tinggi promosi usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

**b. Uji Koefisien Determinasi**

Tabel 1.5  
Hasil Pengujian Untuk  
Uji Koefisien Determinasi (R Square)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,375 <sup>a</sup>	,141	,105	1,09630

a. Predictors: (Constant), Promosi, Merek, Minat\_Berwirausaha, Jaringan

b. Dependent Variable: Keberhasilan\_Usaha

Sumber: Data diolah, 2018

Dari tabel dapat dilihat bahwa besarnya koefisien determinasi bernilai 0,105 berarti dari kontribusi variabel minat berwirausaha, jaringan, merek, promosi dalam menjelaskan keberhasilan usaha mikro kecil 10,5% variabel minat berwirausaha, jaringan, merek, promosi yang biasa mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

**c. Uji Hipotesis**

Uji simultan dengan F-Test (Anova)

Tabel 1.6  
Hasil Pengujian Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18,732	4	4,683	3,896	,006 <sup>b</sup>
	Residual	114,178	95	1,202		
	Total	132,910	99			

a. Dependent Variable: Keberhasilan\_Usaha

b. Predictors: (Constant), Promosi, Merek, Minat\_Berwirausaha, Jaringan n

Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 1.6 diatas dapat dijelaskan dengan menggunakan taraf signifikan 1,05 diperoleh F hitung sebesar 3,896 dengan F tabel sebesar 3,890 dengan demikian F hitung >F tabel dengan tingkat signifikan yang diperoleh

0,006 < 0,05 sehingga secara bersama-sama minat berwirausaha, jaringan, merek, promosi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar.

## **2. Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui dari 100 orang responden yang diteliti merupakan pengusaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar adalah pria 52 dan wanita 48 berumur antara 20-35 tahun dan 35-60 tahun yang memiliki usaha mikro kecil dengan jenis yang berbeda mulai dari usaha fashion, desainer, kecantikan, kerajinan, percetakan dan penghasilan pengusaha mikro kecil per tahun rata-rata Rp. 200.000.000.00 dengan angka frekuensi 9% sedangkan frekuensi paling kecil dengan angka 1%. Adapun pendapatan paling tinggi per tahun dari 100 responden dengan jumlah Rp. 556.000.000.00 dengan angka frekuensi 1%.

Dari hasil analisis regresi berganda juga dapat diketahui Nilai koefisien regresi minat berwirausaha 0,075 artinya minat berwirausaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai minat berwirausaha sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat 0,075. Artinya semakin baik minat berwirausaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi jaringan 0,110 artinya jaringan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai jaringan sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat sebesar 0,110. Artinya semakin tinggi jaringan usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi merek 0,066 artinya merek mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai merek sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat sebesar 0,066. Artinya semakin tinggi merek usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi promosi 0,211 artinya promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai promosi sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat sebesar 0,11. Artinya semakin tinggi promosi usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Dari hasil determinasi juga dapat diketahui bahwa koefisien determinasi bernilai 0,105 dari kontribusi variabel minat berwirausaha, jaringan, merek, promosi dalam keberhasilan usaha mikro kecil 10,5% variabel minat berwirausaha, jaringan, merek, promosi yang biasa mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Berdasarkan tabel 1.6 dapat diketahui dengan menggunakan taraf signifikan 0,05 diperoleh F hitung sebesar 3,896 dengan F tabel sebesar 3,890



dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan tingkat signifikan yang diperoleh  $0,006 < 0,05$  sehingga secara bersama-sama minat berwirausaha, jaringan,

Merek, promosi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar.

Nilai koefisien regresi minat berwirausaha 0,075 artinya minat berwirausaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai minat berwirausaha sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat 0,075. Artinya semakin baik minat berwirausaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi jaringan 0,110 artinya jaringan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai jaringan sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat sebesar 0,110. Artinya semakin tinggi jaringan usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi merek 0,066 artinya merek mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai merek sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat sebesar 0,066. Artinya semakin tinggi merek usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

Nilai koefisien regresi promosi 0,211 artinya promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif karena koefisien regresi variabel bernilai positif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai promosi sebesar 1% maka keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif akan meningkat sebesar 0,11. Artinya semakin tinggi promosi usaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha.

## **6. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar, maka disimpulkan bahwa:

1. Minat berwirausaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar dengan nilai koefisiennya 0,075.
2. Jaringan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar dengan nilai koefisiennya 0,110.
3. Merek mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar dengan nilai koefisiennya 0,066.
4. Promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar dengan nilai koefisiennya 0,211. Pada penelitian ini ternyata faktor promosi merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif di kota Makassar kemudian dipengaruhi oleh jaringan, minat berwirausaha dan promosi.

## DAFTAR PUSTAKA

Aris Wijanarko dan Ihwan Susila 2016 .*Faktor Kunci Kederhasilan UMKM Kreatif*

Annisa Anggraini dan Yuhana Astuti 2005. *Modal Intelektual Dalam Pengembangan*

*Ekonomi Kreatif Pada Sentra Kerajinan Sepatu Cobaduyut Bandung*

Dinas Koperasi dan UMKM Sulawesi Selatan.

David S. Kodrat, Wina Cristina, *Entrepreneurship Sebuah Ilmu*  
Jakarta: Erlangga 2015

Dani Danuar Tri U 2013. *Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang*. Skripsi Universitas Ponegoro Semarang.

Gujarati Damodar N 2003 *Dasar-dasar Ekonometrika* Jakarta: Erlangga

[http://www.bukukita.com/ekonomi-dan-manajemen/ekonomi/111169-ekonomi-kreatif-\(ekonomi-baru:-menengah-ide-dan-menciptakanpeluang\).html](http://www.bukukita.com/ekonomi-dan-manajemen/ekonomi/111169-ekonomi-kreatif-(ekonomi-baru:-menengah-ide-dan-menciptakanpeluang).html)

<http://www.cekidote.com/2016/11/pengertian--umkm-usaha-mikro-kecil-dan.html?m=1>

<http://www.psychologymania.com2013/04/pengertian-keberhasilanusaha.html?m=1>

<http://www.bekraf.go.id/profil>

Kuncoro, Mudrajad *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*,  
Edisi Empat, Penerbit Erlangga

Kartib Bayu, Yuyus Surayana *Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*,  
Edisi kedua Penerbit Kencana Prenada Media Grup

Megawati 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Mikro Percetakan Undangan di Kota Makassar*. Skripsi Universitas Negeri Makassar

Pamungkas Rizki 2014. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha mikro kecil Pemegang Usaha Waralaba Pada Waralaba Makanan dan Minuman Lokal Kota Semarang*. Skripsi Universitas Ponegoro Semarang.

Rahmini Suci Yuli 2017. *pengembangan umkm ( Usaha Mikro Kecil dan menengah) di Indonesia*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan.

