

## **PENGARUH MODAL USAHA, PROMOSI DAN MANAJEMEN USAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA UMKM DI KABUPATEN MAMUJU**

**Abdul Wahab<sup>\*1</sup>, Mashur Razak<sup>2</sup>, Muhammad Hidayat<sup>3</sup>**

<sup>\*1,3</sup>, ITB Nobel Indonesia Makassar

<sup>2</sup> Universitas Handayani Makassar

e-mail: <sup>1</sup>[abdulwahabnamaku@gmail.com](mailto:abdulwahabnamaku@gmail.com), <sup>2</sup>[mashur\\_razak@yahoo.co.id](mailto:mashur_razak@yahoo.co.id), <sup>3</sup>[hidayat2401@yahoo.com](mailto:hidayat2401@yahoo.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) Pengaruh modal usaha, promosi dan manajemen usaha secara parsial terhadap keberhasilan usaha UMKM di Kabupaten Mamuju. (2) Pengaruh modal usaha, promosi dan manajemen usaha secara simultan terhadap keberhasilan usaha UMKM di Kabupaten Mamuju. (3) Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM di Kabupaten Mamuju.

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian dilakukan terhadap UMKM di Kabupaten Mamuju dan dilaksanakan mulai bulan November-Desember 2022. Populasi penelitian ini sebanyak 50 UMKM. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sampling jenuh. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Secara parsial variabel modal usaha, promosi dan manajemen usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM di Kabupaten Mamuju. (2) Secara simultan variabel modal usaha, promosi dan manajemen usaha terhadap keberhasilan usaha UMKM di Kabupaten Mamuju. (3) variabel manajemen usaha merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM di Kabupaten Mamuju.

**Kata kunci** : *Modal Usaha, Promosi, Manajemen Usaha dan Keberhasilan Usaha.*

### **Abstract**

*This study aims to analyze (1) The partial influence of business capital, promotion, and business management on the success of SMEs in Mamuju Regency. (2) The simultaneous influence of business capital, promotion, and business management on the success of SMEs in Mamuju Regency. (3) The most dominant variable affecting the success of SMEs in Mamuju Regency.*

*This research approach uses a quantitative method. The research was conducted on SMEs in Mamuju Regency and was carried out from November to December 2022. The research population is 50 SMEs. The sample selection in this research was done using a saturated sampling method. The analysis technique used is multiple linear regression analysis.*

*The results show that (1) Partially, business capital, promotion, and business management variables has a positive and significant effect on the success of SMEs in Mamuju Regency. (2) Simultaneously, business capital, promotion, and business management variables has a positive and significant effect on the success of SMEs in Mamuju Regency. (3) The business management variable is the most dominant variable affecting the success of SMEs in Mamuju Regency.*

**Keywords**: *Business Capital, Promotion, Business Management, and Business Success.*

### **PENDAHULUAN**

Salah satu ujung tombak sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07 % atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4 % dari total investasi dan ini dibuktikan bahwa dalam kondisi ekonomi yang

sesulit apapun, justru UMKM masih dapat bertahan hidup dan mampu untuk bangkit lebih cepat. Inilah yang kemudian menjadi salahsatu alasan untuk mendorong UMKM perlu dikembangkan dan diarahkan agar mampu berkembang secara mandiri agar nantinya dapat lebih meningkatkan pendapatan masyarakat.

Namun, tingginya jumlah perkembangannya UMKM masih menghadapi berbagai persoalan yang tentu perlu mendapatkan perhatian serius dari berbagai pihak diantaranya adalah faktor kurangnya modal usaha dan rendahnya pengetahuan akan mamfaat promosi dalam mengembangkan usaha. Untuk menjawab tantangan itu, pemerintah telah menjalankan berbagai program dukungan UMKM diantaranya adalah bantuan insentif dan pembiayaan melalui program PEN, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), Digitalisasi Pemasaran UMKM, dan Penguatan Wirausaha Alumni Program Kartu Pekerja Melalui Pembiayaan KUR.

Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah diatur oleh Undang-Undang No 20 tahun 2008. Pengertian UMKM adalah peluang usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur oleh undang-undang. Dimana dijelaskan bahwa pemerintah mengelompokkan jenis usaha berdasarkan kriteria asset dan omset. Kriteria UMKM, peluang usaha mikro memiliki asset maksimal Rp 50 juta, dengan omset maksimal Rp300 juta/tahun. Peluang usaha kecil memiliki asset >Rp50 juta-Rp500 juta dengan omset >Rp300 juta-Rp2,5 M/tahun. Peluang usaha menengah memiliki asset >Rp500 juta-Rp 10 M dengan omset >Rp2,5 M-Rp50 M/tahun.

Berdasarkan peraturan UU UMKM tersebut, pemerintah berasumsi bahwa penjualan tahunan rata-rata suatu bidang usaha adalah lima kali dari kekayaan bersih usaha tersebut. Dari pengertian tersebut sesungguhnya lebih mengacu pada kinerja operasional, karena usaha dengan jumlah karyawan besar sekalipun dapat menjadi usaha kecil jika penjualan tahunan dan kekayaannya rendah. Sebaliknya, perusahaan dapat dikategorikan sebagai golongan usaha besar, jika penjualan tahunan dan kekayaannya besar, meski jumlah karyawannya hanya sedikit. Hal ini tercermin dari beberapa perusahaan yang baru dengan inovasi tehnologinya dan berhasil mengembangkan usahanya dalam waktu yang singkat.

Menurut Widodo (2008) UMKM sebagai sektor informal walaupun tidak memiliki pendapatan yang begitu besar dibandingkan dengan sektor formal, namun sektor informal mampu memberikan peluang yang lebih banyak untuk memperoleh pendapatan. Pendapatan pada sektor informal terdiri dari berbagai jenis usaha yang banyak sehingga akan terdapat berbagai sumber pendapatan dari berbagai jenis usaha tersebut. Menurut Mubyarto (2004) sektor informal dapat berperan dalam mengatasi persoalan kemiskinan dan ketimpangan pendapatan untuk kesejahteraan masyarakat. Walaupun pendapatan yang diperoleh pada usaha di sektor informal tidak terlalu besar tetapi usaha di sektor ini mampu menyediakan lapangan pekerjaan yang padat karya.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi pendapatan dan pengembangan UMKM adalah modal usaha. Pada umumnya yang menjadi kendala dalam membangun suatu usaha adalah modal usaha karna ini adalah merupakan suatu dasar atau langkah awal dalam merintis sebuah usaha. Modal bisa bersumber dari diri kita sendiri maupun berasal dari pinjaman pihak lain. Memberikan pengertian modal dalam artian yang lebih luas, dimana modal itu meliputi baik dalam modal bentuk uang (geldkapital), maupun dalam bentuk barang (sachkapital), misalnya peralatan mesin, barang-barang dagangan dan lain sebagainya.

Beberapa modal yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis antara lain tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, serta modal uang, namun kebanyakan orang terhambat memulai usaha karena mereka sulit untuk mendapatkan modal uang. Modal usaha adalah mutlak diperlukan dalam melakukan kegiatan usaha. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi terhadap perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan. (Safitri & Khasan Setiaji, 2018)

Salah satu masalah tersulit dalam proses pendirian perusahaan baru adalah mendapatkan modal. Para konsultan bisnis pada umumnya membagi pengertian modal termasuk modal usaha kecil menjadi dua yaitu modal tangible dan modal intangible. Modal tangible adalah modal yang berwujud secara nyata, baik dalam bentuk barang bergerak maupun barang tidak bergerak. Barang bergerak contohnya sepeda motor, mesin produksi, dan lain sebagainya.

Modal intangible adalah modal yang tidak berwujud nyata seperti ide-ide kreatif. Secara keseluruhan modal usaha terbagi menjadi tiga bagian yaitu modal investasi, modal investasi adalah jenis modal usaha yang harus dikeluarkan yang biasanya dipakai dalam jangka panjang. Modal usaha untuk investasi nilainya cukup besar karena dipakai untuk jangka panjang, namun modal investasi akan menyusut dari tahun ke tahun bahkan bisa dari bulan ke bulan. Selanjutnya modal kerja, modal usaha ini yang harus dikeluarkan untuk membuat atau membeli barang dagangan. Modal kerja ini dikeluarkan tiap bulan atau pada waktu-waktu tertentu. Terakhir modal operasional, modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membayar biaya operasi bulanan misalnya pembayaran gaji pegawai, listrik dan sebagainya. (Safitri & Khasan Setiaji, 2018)

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi pendapatan UMKM adalah promosi. Promosi merupakan salah satu kegiatan yang membutuhkan biaya relative besar maka harus memiliki perencanaan yang matang agar biaya yang dikeluarkan sesuai dengan peningkatan penjualan. Efektif suatu promosi akan ditentukan dengan tinggi rendahnya hasil penjualan barang. Dengan hasil penjualan sebagai indikator akan mempermudah perusahaan dalam melihat seberapa efektif promosi yang dilaksanakan. Dalam kegiatan pemasaran selain memperhatikan kualitas produk, penentuan harga, dan pendistribusian barang, maka unsur promosi memegang peranan yang sangat penting di dalam rangkaian pemasaran barang, karena promosi adalah berkaitan langsung dalam upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dengan memikat hati mereka melalui pemberian kesan-kesan baik yang mampu diingat dan dirasakan oleh konsumen. Jika konsumen telah kenal terhadap produk perusahaan, maka diharapkan akan memiliki minat untuk membeli produk tersebut. (Togodly, 2021)

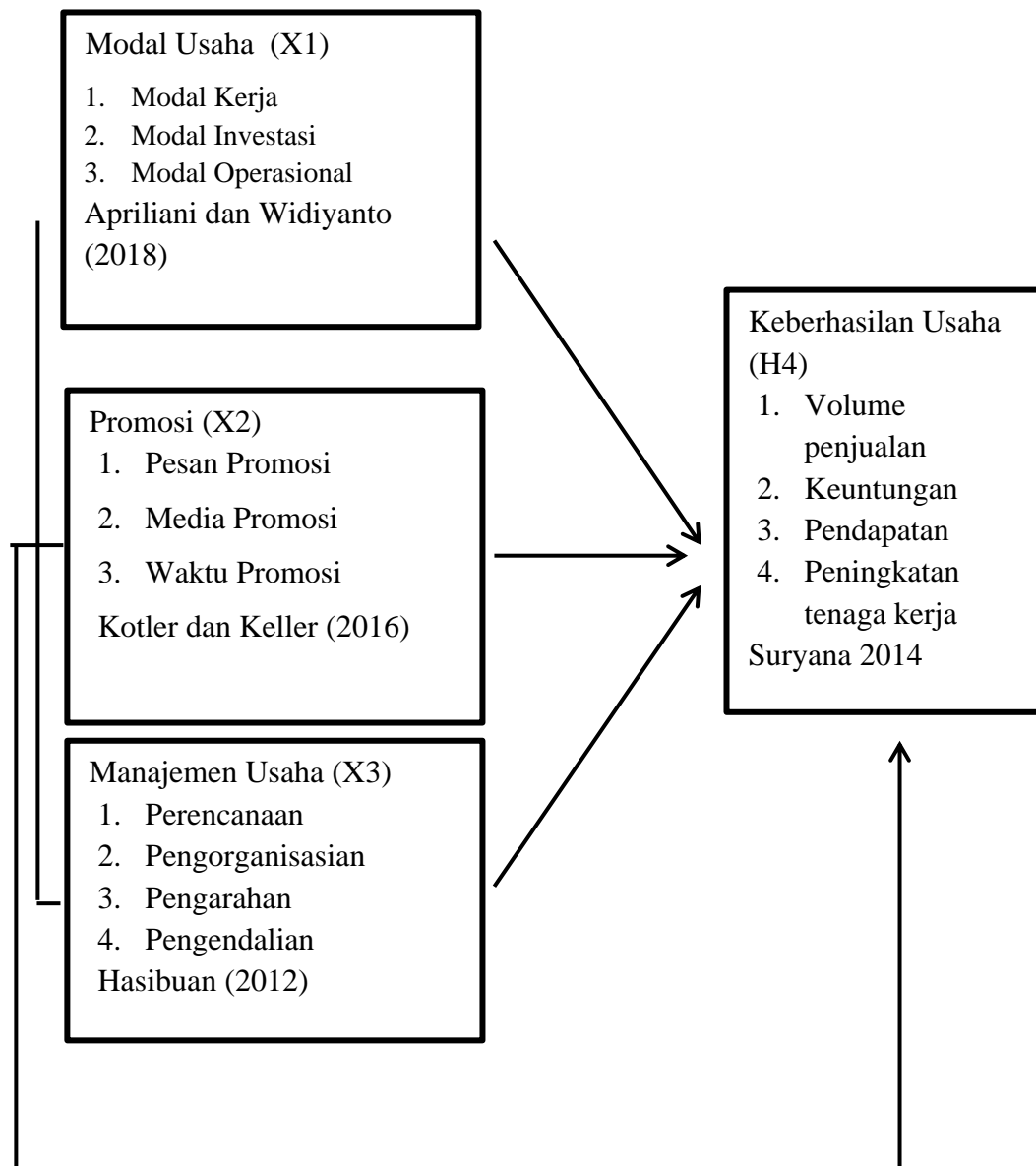
Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan langkah yang strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian besar rakyat Indonesia, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan dan tingkat kemiskinan, namun demikian disadari pula bahwa pengembangan usaha kecil menghadapi beberapa kendala seperti tingkat kemampuan, keterampilan, keahlian, manajemen SDM, kewirausahaan, pemasaran dan keuangan. Lemahnya kemampuan manajerial dan SDM mengakibatkan pengusaha kecil tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik. (Rosmiati, 2012).

Informasi yang diterima oleh pihak manajemen sangat beranekaragam dalam bentuk maupun fungsi. Beragam informasi yang diterima oleh manajemen, maka perlu dipilih dan dikelompokkan karakteristik informasi yang dapat memberikan kontribusi dalam pencapaian kinerja manajemen (Helmi, 2012).

Sistem informasi manajemen tentang perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dan pengambilan keputusan yang tepat akan mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pengelolaan organisasi. Dengan demikian, manajer dapat menangkap dan mendeteksi secara lebih cepat kapan perubahan kondisi membutuhkan tanggapan strategis. Selain system akuntansi manajemen sikap dan perilaku wirausaha juga memiliki peran penting untuk perusahaan dalam berbagai ukuran untuk keberhasilan dalam lingkungan kompetitif.

Berdasarkan masalah dan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melihat pengaruh Modal Usaha, Promosi Dan Manajemen Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Di Kabupaten Mamuju.

**Gambar 1. Kerangka Konseptual**



Berdasarkan pemaparan tentang pengaruh Modal Usaha, Promosi dan Manajemen Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM di Kabupaten Mamuju, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Modal Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM di Kabupaten Mamuju
- H2 : Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Promosi terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM di Kabupaten Mamuju.
- H3 : Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Manajemen Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM di Kabupaten Mamuju.
- H4 : Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Modal Usaha, Promosi, dan Manajemen Usaha secara simultan terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM di Kabupaten Mamuju.
- H5 : Diduga variabel Modal Usaha yang paling dominan mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pada UMKM di Kabupaten Mamuju.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode Penelitian Kuantitatif, menurut Sugiyono (2018) adalah Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Penelitian ini dilakukan pada UMKM di Kabupaten Mamuju dan dilaksanakan pada bulan November-Desember 2022.

Target populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM lingkup Kabupaten Mamuju yang berjumlah 200 UMKM. Berdasarkan perhitungan dengan jumlah responden seluruh pegawai, maka peneliti menggunakan sampel sebanyak 50 UMKM yang aktif dari total 200 UMKM yang terdaftar di Kabupaten Mamuju.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah: observasi, anket/kuesioner. Teknik analisis data yang di gunakan adalah analisis regresi linear berganda dimulai dengan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, uji koefisien determinasi

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas variabel Modal Usaha**

Item Pertanyaan	Standar Pengukuran	<i>Corrected Item</i>	Simpulan
Pertanyaan 1	0,278	0,834	Valid
Pertanyaan 2	0,278	0,735	Valid
Pertanyaan 3	0,278	0,568	Valid
Pertanyaan 4	0,278	0,834	Valid
Pertanyaan 5	0,278	0,735	Valid

*Sumber : Diolah Tahun 2022*

Uji validitas tentang variabel Modal Usaha (X1) diatas menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid sehingga dalam persyaratan uji validitas diantaranya memiliki koefisien validitas lebih dari 0,278 maka instrumen tersebut dinyatakan valid sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

**Tabel 2. Uji Validitas Variabel Promosi**

Item Pertanyaan	Standar Pengukuran	<i>Corrected Item</i>	Simpulan
Pertanyaan 1	0,278	0,584	Valid
Pertanyaan 2	0,278	0,743	Valid
Pertanyaan 3	0,278	0,637	Valid
Pertanyaan 4	0,278	0,598	Valid
Pertanyaan 5	0,278	0,600	Valid

*Sumber : Data Diolah Tahun 2022*

Uji validitas tentang variabel Promosi (X2) diatas menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid sehingga dalam persyaratan uji validitas diantaranya memiliki koefisien validitas lebih dari 0,278 maka instrumen tersebut dinyatakan valid sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

**Tabel 3. Uji Validitas Variabel Manajemen Usaha**

Item Pertanyaan	Standar Pengukuran	<i>Corrected Item</i>	Simpulan
Pertanyaan 1	0,278	0,544	Valid
Pertanyaan 2	0,278	0,478	Valid
Pertanyaan 3	0,278	0,798	Valid
Pertanyaan 4	0,278	0,785	Valid
Pertanyaan 5	0,278	0,562	Valid

*Sumber : Hasil Analisis Data Kuesioner*

Uji validitas tentang variabel manajemen usaha (X3) diatas menunjukkan bahwauji validitas 5 pertanyaan diantaranya memiliki koefisien validitas lebih dari 0,278 maka instrumen tersebut dinyatakan valid sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

**Tabel 4. Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha**

Item Pertanyaan	Standar Pengukuran	<i>Corrected Item</i>	Simpulan
Pertanyaan 1	0,278	0,808	Valid
Pertanyaan 2	0,278	0,638	Valid
Pertanyaan 3	0,278	0,747	Valid
Pertanyaan 4	0,278	0,695	Valid
Pertanyaan 5	0,278	0,570	Valid

*Sumber : Diolah Tahun 2022*

Uji validitas tentang variabel keberhasilan usaha (Y) diatas menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid sehingga dalam persyaratan uji validitas diantaranya memiliki koefisien validitas lebih dari 0,278 maka instrumen tersebut dinyatakan valid sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

### Uji Reliabilitas



**Tabel 5. Hasil Uji Realibilitas Modal Usaha (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,799	5

Sumber : Data Diolah Tahun 2022

Jadi Reliabilitas instrumen X1 adalah 0.799. Hal ini menunjukkan angket tersebut dinyatakan reliabel karena  $r = 0.799 > 0,5$ . Maka instrumen tersebut dapat dipercaya dan mampu menjadi alat pengumpulan data sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

**Tabel 6. Hasil Uji Realibilitas Data Promosi (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,620	5

Sumber : Data Diolah Tahun 2022

Jadi Reliabilitas instrumen X2 adalah 0.620. Hal ini menunjukkan angket tersebut dinyatakan reliabel karena  $r = 0.620 > 0,5$ . Maka instrumen tersebut dapat dipercaya dan mampu menjadi alat pengumpulan data sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

**Tabel 7. Hasil Uji Realibilitas Data Manajemen Usaha (X3)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,641	5

Sumber : Data Diolah Tahun 2022

Jadi Reliabilitas instrumen X3 adalah 0.641. Hal ini menunjukkan angket tersebut dinyatakan reliabel karena  $r = 0.641 > 0,5$ . Maka instrumen tersebut dapat dipercaya dan mampu menjadi alat pengumpulan data sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

**Tabel 8. Hasil Uji Realibilitas Data Keberhasilan Usaha (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,713	5

Sumber : Data Diolah Tahun 2022

Jadi Reliabilitas instrumen Y adalah 0.713. Hal ini menunjukkan angket tersebut dinyatakan reliabel karena  $r = 0,713 > 0,5$ . Maka instrumen tersebut dapat dipercaya dan mampu menjadi alat pengumpulan data sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

### Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 9. Output Hasil Analisis Regresi Sederhana**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

(Constant)	3.356	1.417		2.368	.022		
X1	-.594	.091	-.780	-6.535	.000	.269	3.715
X2	.213	.078	.227	2.735	.009	.559	1.789
X3	1.228	.130	1.294	9.455	.000	.205	4.886
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha							

Berdasarkan tabel di atas output SPSS tersebut diatas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3.356 + -0,594 X1 + 0,213X2 + 1.228 X3$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai Konstanta (a) sebesar 3.356 dengan asumsi predictor Modal Usaha (X1), Promosi (X2) dan Manajemen Usaha (X3) adalah 0 atau tetap maka peningkatan keberhasilan usaha sebesar 3.356 satuan.
- 2) Nilai Koefisien regresi X1 sebesar -0,594 menunjukkan bahwa setiap peningkatan X1 sebesar satu satuan, menyebabkan peningkatan keberhasilan usaha sebesar -0,594 satu satuan dengan asumsi variabel lain konstan.
- 3) Nilai Koefisien X2 sebesar 0,213 menunjukkan bahwa setiap peningkatan X2 sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keberhasilan usaha sebesar 0,213 satu satuan dengan asumsi variabel lain konstan.
- 4) Nilai Koefisien regresi X3 sebesar 1.228 menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel X3 sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan keberhasilan usaha sebesar 1.228 satu satuan dengan asumsi variabel lain konstan.

### Uji t (Pengujian secara parsial)

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 9 diatas dapat diinterpretasikan bahwa:

- 1) Pada kondisi konstan dimana variabel independen tidak berkontribusi maka keberhasilan usaha sebesar 2.368 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,022 Angka tersebut menunjukkan bahwa pada kondisi konstan tanpa memperhitungkan keberadaan faktor lain maka keberhasilan usaha dapat meningkat sebesar 2.368 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,022.
- 2) Modal Usaha (X1) mempunyai hubungan negatif atau tak searah, hal ini berarti jika modal usaha ditingkatkan maka keberhasilan usaha akan meningkat. Nilai sig untuk variabel modal usaha (X1) sebesar 0,000 dengan  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa modal usaha secara parsial berpengaruh keberhasilan usaha.
- 3) Promosi (X2) mempunyai hubungan searah atau positif, hal ini berarti jika Promosi ditingkatkan maka keberhasilan usaha akan meningkat. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig untuk variabel Promosi (X2) sebesar 0,009  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa Promosi secara parsial berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju
- 4) Manajemen Usaha (X3) mempunyai hubungan positif atau searah, hal ini berarti jika Manajemen Usaha ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Keberhasilan Usaha. Dimana nilai signifikansi sebesar 0,000  $< 0,05$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa Manajemen Usaha berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju.



**Uji F (Secara Simultan)**

**Tabel 10. Output Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151.538	3	50.513	71.579	.000 <sup>a</sup>
	Residual	32.462	46	.706		
	Total	184.000	49			

- a. Predictors: (Constant), Modal Usaha, Promosi, Manajemen Usaha
- b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Berdasarkan tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa F hitung sebesar 71.579 > F tabel 2.79, hal ini diperkuat dengan nilai taraf signifikansi sebesar 0,000 atau signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari taraf  $\alpha = 0,05$ , artinya secara simultan variabel Modal Usaha, Promosi dan Manajemen Usaha berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju

**Uji Beta (Secara Dominan)**

Hasil output pengolahan data dengan bantuan Program SPSS maka dapat dilihat variabel yang dominan dalam tabel dibawah ini sebagai berikut:

**Tabel 11. Uji Variabel Dominan (Uji Beta)**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	3.356	1.417		2.368	.022		
	X1	-.594	.091	-.780	-6.535	.000	.269	3.715
	X2	.213	.078	.227	2.735	.009	.559	1.789
	X3	1.228	.130	1.294	9.455	.000	.205	4.886

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil tabel di atas nilai “*Standardized Coefficient Beta*” diketahui bahwa variabel yang berpengaruh dominan adalah variabel Manajemen Usaha dengan nilai “*Standardized Coefficient Beta*” sebesar **1.290** dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menggambarkan bahwa Manajemen Usaha (X3) merupakan salah satu faktor penting dalam melaksanakan pekerjaan, tanpa Manajemen Usaha yang bagus yang dimiliki oleh setiap pelaku UMKM, maka pekerjaan yang dikerjakan tidak dapat diselesaikan dengan efektif dan efisien. Oleh karena itu Manajemen Usaha sangat penting untuk meningkatkan Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Untuk melihat nilai koefisien R Square dari hasil output SPSS dapat dilihat pada tabel berikut dibawah ini:

**Tabel 12. Uji Koefisien Regresi (R<sup>2</sup>)**

el	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.820 <sup>a</sup>	.673	.654		1.996	2.131
a. Predictors: (Constant), Modal Usaha, Promosi, Manajemen Usaha						
b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha						

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai koefisien Regresi (R-Square) sebesar 0.824 yang artinya besarnya kontribusi pengaruh ke 3 variabel Modal Usaha (X1), Varaibel Promosi (X2) dan varaibel Manajemen Usaha (X3) sebesar 82,4%. Sisanya, sebesar 17,6% dipengaruhi oleh varaibel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Modal Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Di Kabupaten Mamuju

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa Modal Usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, artinya bahwa Modal Usaha memberikan dampak secara signifikan terhadap peningkatan Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju.

Modal adalah sesuatu yang diperlukan untuk membiayai operasi perusahaan mulai dari berdiri sampai beroperasi. Modal terdiri dari uang dan tenaga (keahlian). Pada umumnya, modal digolongkan menjadi modal tetap (fixed capital) dan modal kerja (working capital). Modal tetap mencakup barang produksi tahan lama yang digunakan lagi dan hingga tidak dapat dipakai lagi. Bangunan, mesin, peralatan, traktor, truk dan sebagainya adalah contoh modal tetap. Adapun modal kerja berisi barang produksi sekali pakai seperti bahan mentah yang langsung habissekali pakai saja. (Chaudhry: 2012).

Menurut Sukirno (2009) “Modal usaha atau yang sering disebut investasi merupakan pengeluaran untuk membeli peralatan produksi, barang modal yang bertujuan untuk menambah modal dalam kegiatan perekonomian yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa”.

Menurut Listyawan Ardi Nugraha (2011) “Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya; hartabenda(uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan”.

Pada penelitian ini variabel Modal Usaha berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju, hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Elys Sastika Tambunan (2020) yang mengatakan bahwa Modal Usaha berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha MikroKecil Menengah (UMKM) Di Pasar Tiban Sunday Morning UGM

Penelitian lain yang juga sejalan dengan penelitian tersebut adalah penelitinyang dilakukan oleh Alya Tsuroyya Azra (2019) yang mengatakan bahwa Modal Usaha berpengaruh terhadap UMKM Binaan BAZNAS Kota Malang.

### Pengaruh Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Di Kabupaten Mamuju

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, artinya bahwa Promosi memberikan dampak

secara signifikan terhadap peningkatan Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju.

Menurut Laksana (2019) “promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut”.

Menurut Kotler & Armstrong dalam Ridwansyah (2017) mengemukakan bahwa “Promosi adalah alat atau aktivitas yang digunakan oleh perusahaan untuk mengomunikasikan nilai pelanggan”.

Menurut Alma dalam (Wulandari, 2016) menjelaskan bahwa: Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Rohaeni dalam (Arieca, 2002) menyatakan bahwa, “Promosi sangatlah penting dalam memperkenalkan sebuah produk dan juga menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Karena dengan promosi, konsumen akan lebih mengenal tentang produk yang dihasilkan oleh perusahaan.”

Pada penelitian ini, variabel Promosi berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kevin Alberto (2019) yang mengatakan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Penelitian lain yang serupa adalah penelitian yang dilakukan oleh Joko Mulyono, Teguh Nurdiansyah (2019) yang mengatakan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Foodrinks Indonesia Di Bekasi.

### **Pengaruh Manajemen Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Di Kabupaten Mamuju**

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa Manajemen Usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, artinya bahwa Manajemen Usaha memberikan dampak secara signifikan terhadap peningkatan Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju.

Menurut (M. S. . Hasibuan, 2016), manajemen berasal dari kata to manage yang artinya mengatur. Apa yang diatur, apa tujuannya diatur, mengapa harus diatur, siapa yang mengatur, dan bagaimana mengaturnya. Manajemen merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan.

Manajemen sebagai ilmu pengetahuan, manajemen juga bersifat universal dan mempergunakan kerangka ilmu pengetahuan yang sistematis. Ilmu pengetahuan manajemen dapat diterapkan dalam semua organisasi manusia, perusahaan, pemerintah, pendidikan, sosial, keagamaan dan lain-lainnya.

Berikut ini adalah beberapa pengertian manajemen yang dikemukakan oleh beberapa ahli: Pengertian Manajemen menurut (M. S. . Hasibuan, 2016) mengemukakan bahwa “manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu”.

Menurut (Abdullah, 2014) : Manajemen itu adalah keseluruhan aktivitas yang berkenaan dengan melaksanakan pekerjaan organisasi melalui fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan

organisasi yang sudah ditetapkan dengan bantuan sumber daya organisasi (*man, money, material, mechine and method*) secara efisien dan efektif.

Berdasarkan pendapat (Bilson Simamora, 2015) manajemen diartikan sebagai proses untuk memberdayakan segala sumber daya didalam organisasi untuk mencapai tujuan.

Menurut (Feriyanto. Andri. dan Triana, 2015), manajemen adalah inti dari administrasi, karena manajemen sendiri sebagai alat pelaksana administrasi dan sebagai kemampuan untuk mencapai hasil dan tujuan melalui kegiatan orang lain.

Pada penelitian ini Manajemen Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Windi Astuti, Murwatingsih (2016) yang mengatakan bahwa terdapat Pengaruh positif dan signifikan antara kemampuan Manajemen terhadap Kinerja Usaha Ukm Olahan Produk Salak Di Kabupaten Banjarnegara.

Penelitian lain yang sejalan dengan penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Fani Safriani Karfai (2015) yang mengatakan bahwa kemampuan manajerial berpegaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Rumah Makan Masakan Padang Di Kabupaten Takalar.

### **Pengaruh Modal Usaha, Promosi Dan Manajemen Usaha Secara Simultan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Di Kabupaten Mamuju**

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa Modal Usaha, Promosi dan Manajemen Usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha secara simultan, artinya bahwa secara bersama-sama, variabel Modal Usaha, Promosi dan Manajemen Usaha memberikan dampak secara signifikan terhadap penngkatan Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Elys Sastika Tambunan (2020) dengan judul Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Pasar Tiban Sunday Morning Ugm. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Pasar Tiban Sunday Morning Ugm. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Modal Usaha, Kemampuan Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Pasar Tiban Sunday Morning Ugm secara simultan.

### **Variabel Paling Dominan Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Di Kabupaten Mamuju**

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel Manajemen Usaha merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju.

Menurut Hasibuan (2012) fungsi-fungsi manajemen sumber daya manusia, fungsi manajerial yaitu:

- Perencanaan (planning) bertujuan untuk merencanakan tenaga kerja secara efektif dan efisien agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam membantuterwujudnya tujuan.
- Pengorganisasian (organizing) bertujuan untuk menegelompokkan semua karyawan berdasarkan keahlian masing-masing karyawan.
- Pengarahan (actuating) bertujuan untuk mengarahkan serta mePromosi semua

karyawan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan perusahaan.

- d. Pengendalian (controlling) bertujuan untuk mengendalikan semua karyawan untuk mentaati aturan-aturan perusahaan dan dapat bekerja sesuai rencana.

## KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil Penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Modal Usaha berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju.
2. Variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju.
3. Variabel Manajemen Usaha berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju.
4. Variabel Modal Usaha, Promosi dan Manajemen Usaha berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju.
5. Variabel Manajemen Usaha merupakan variabel paling dominan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Mamuju.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2014). Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan. Yogyakarta : Penerbit Aswaja Pressindo.
- Afandi, P. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing.
- Agustiningsih, Wulandari. (2016). Jurnal Nominal. Pengaruh Penerapan E-Filling, Tingkat Pemahaman Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Di KPP Pratama Yogyakarta
- Alma, Buchari. (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Apriliani, dan Widiyanto. (2018). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Tenaga Kerja terhadap Keberhasilan UMKM Batik
- Andayani dan Suardana. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Struktur Aktiva Pada Struktur Modal. E-Jurnal Akuntansi\
- Ardi Nugroho, Listyawan. (2011). Pengaruh Modal Usaha. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arief, Burhan dan Mia Rosmiati. (2012). Dampak Akses Kredit Terhadap Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Padi.Sumedang : Institut Koperasi Indonesia
- Farida, Umi. (2017), Manajemen sumber daya manusia 1, Ponorogo, FE Universitas Muhammadiyah
- Fitria, A. dan Imam Hidayat. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen

- Hasibuan, Malayu. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu Sp. (2012). Manajemen SDM. Edisi Revisi, Cetakan Ke Tigabelas. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hendro. (2011). Dasar-dasar Kewirausahaan. Erlangga, Jakarta
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Mukti Fajar, ND. (2016). UMKM Di Indonesia Prespektif Hukum Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Netty Herawaty, Reni Yustien. (2019). Pengaruh Modal, Penggunaan Informasi Akuntansi Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi). Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia
- Purwanti, Endang. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. Jurnal Among Makarti
- Ridwansyah, Ardhi. (2017). Instant Marketing For Busy People : Rangkuman Intisari Pemasaran. Esensi. Jakarta.
- Safitri, H. and Khasan Setiaji (2018) ‘Pengaruh Modal Usaha dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil di Desa Kedungleper Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara’, Economics Education Analysis Journal
- Simamora, Henry (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: STIEY Sukirno, Sadono. (2010). Mikro Ekonomi Teori Pengantar. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Suryana. 2014. kewirausahaan; Kiat dan Proses Menuju Sukses. Salemba Empat, Jakarta.
- Togodly, E. (2019). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Serba Usaha Baliem Arabica di Kabupaten Jayawijaya. Journal of Chemical Information and Modeling,
- Zulfikar, Rizki, dkk. (2018). “Marketing Performance Influenced by Market Orientation Through Value creation”. Sitasi Dosen
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM