



Peran Minat, Kreativitas, dan Koneksi terhadap Keberhasilan Pelaku UMKM Makanan di Desa Sumberejo

Nafila Ratnadhita^{1*}, Haris Hermawan², Yohanes Gunawan Wibowo³
^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Muhamadiyah Jember, Indonesia

Alamat: Jalan Karimata No.49, Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68121, Indonesia.

Korespondensi penulis: nafilartn0702@gmail.com

Abstract. *Entrepreneurial management is a process that involves the ability of individuals to create, manage, and develop businesses effectively in order to survive and compete in the midst of dynamic market changes. In this context, interest, creativity, and connections are important factors that can drive the success of a business, especially in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector. This study aims to analyze the influence of interest (X1), creativity (X2), and connection (X3) on business success (Y) in food MSME actors in Sumberejo Village. This study uses a quantitative approach with a survey method. The main instrument used in data collection is a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The number of respondents in this study was 77 people, who were selected using purposive sampling techniques based on certain criteria such as the length of business and the type of food products produced. Data analysis was carried out using multiple linear regression with the help of statistical software. The results of the study show that the variables of interest, creativity, and connection simultaneously or partially have a positive and significant effect on the success of MSME businesses. Thus, MSME actors who have a high interest in entrepreneurship, are able to create product innovations, and have a wide network of relationships, tend to have a greater chance of achieving business success. This research suggests the need for entrepreneurship training that not only focuses on the technical aspects of production, but also the development of soft skills and social networks. Thus, the empowerment of MSMEs in rural areas will be more optimal and sustainable. These findings are expected to be a reference for village governments, training institutions, and other related parties in formulating strategies to strengthen MSMEs in rural areas.*

Keywords: *Business, Connections, Creativity, Interest, Success*

Abstrak. Manajemen kewirausahaan merupakan suatu proses yang melibatkan kemampuan individu dalam menciptakan, mengelola, serta mengembangkan usaha secara efektif agar mampu bertahan dan bersaing di tengah perubahan pasar yang dinamis. Dalam konteks ini, minat, kreativitas, dan koneksi menjadi faktor penting yang dapat mendorong keberhasilan suatu usaha, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh minat (X1), kreativitas (X2), dan koneksi (X3) terhadap keberhasilan usaha (Y) pada pelaku UMKM makanan di Desa Sumberejo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Instrumen utama yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 77 orang, yang dipilih dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu seperti lama menjalankan usaha dan jenis produk makanan yang dihasilkan. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan software statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel minat, kreativitas, dan koneksi secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM. Dengan demikian, pelaku UMKM yang memiliki minat tinggi dalam berwirausaha, mampu menciptakan inovasi produk, serta memiliki jaringan relasi yang luas, cenderung memiliki peluang lebih besar untuk mencapai keberhasilan usahanya. Penelitian ini menyarankan perlunya pelatihan kewirausahaan yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis produksi, namun juga pengembangan soft skill dan jaringan sosial. Dengan demikian, pemberdayaan UMKM di pedesaan akan lebih optimal dan berkelanjutan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah desa, lembaga pelatihan, dan pihak terkait lainnya dalam merumuskan strategi penguatan UMKM di wilayah pedesaan.

Kata kunci: Keberhasilan, Koneksi, Kreativitas, Minat, Usaha

1. LATAR BELAKANG

Desa Sumberejo memiliki kemakmuran SDA dan tradisi lokal melimpah, serta berpotensi untuk mengembangkan UMKM di bidang kuliner. Keberhasilan UMKM makanan desa ini dipengaruhi tidak hanya oleh faktor internal seperti mutu produk dan harga yang bersaing, tetapi juga oleh faktor eksternal, termasuk minat masyarakat, kreativitas pelaku usaha, serta jaringan relasi yang dimiliki. Saat ini, UMKM menjadi salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia. UMKM memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menyalurkan kreativitas dan membangun koneksi bisnis, sekaligus menjaga dan melestarikan nilai-nilai tradisional dalam kehidupan sosial. Selain itu, UMKM memiliki peran krusial dalam menekan presentase pengangguran serta menampung ketenagakerjaan didalam besaran yang signifikan. Oleh karena itu, UMKM berperan sebagai sektor yang begitu signifikan untuk ekonomi di Indonesia (Oktavani, 2023).

Minat usaha juga sangat mempengaruhi keberhasilan usaha. Minat usaha juga dapat memberikan keinginan pada individu yang akan menjadi wirausahawan sukses jika seseorang itu merasa punya kemampuan untuk menjadi seorang wirausaha sukses dan merasa bahagia ketika melakukan kegiatan kewirausahaan. Minat usaha juga mempunyai ketertarikan individu kepada suatu objek, dan kemudian muncul ketertarikan untuk berperilaku. Penyebab yang berdampak pada munculnya ketertarikan berwiraswasta berasal dari individu seorang wirausahawan (diri sendiri) ataupun dari lingkungan luar (orang lain). Faktor internal adalah semangat yang muncul dari imdividu untuk menjalankan usaha, yang meliputi kehendak, keahlian, pengalaman,tekad, kreativitas, perasaan, serta wawasan mengenai kewirausahaan. Sementara itu, faktor eksternal adalah unsur-unsur yang memengaruhi minat wirausahawan dari luar dirinya, seperti lingkungan sekitar. Lingkungan ini dapat terdiri dari lingkungan alam semesta, maupun lingkungan sosial yang meliputi saudara,pendidikan, dan penduduk (Suaidi et al., 2021).

Kreativitas adalah kemampuan untuk memanfaatkan peluang dengan berpendapat kreatif dan bertindak inovatif guna menghasilkan suatu yang modern dan beranekaragam.dengan demikian, kreativitas mempunyai hubungan erat dengan wirausaha (Suhartatik et al., 2021). Kreativitas adalah kemampuan guna menciptakan gagasan baru, mengidentifikasi metode yang lebih sempurna untuk memecahkan masalah, dan memandang kemungkinan usaha baru. Menurut Suriyani et al. (2022), mendirikan bisnis adalah tugas yang sulit. Ini terutama berlaku untuk memantau inovasi terbaru. Kreativitas mendorong individu gujna meraih target yang sudah ditetapkan, baik dalam beragam bidang, termasuk kewirausahaan. Dengan kemampuan berkreasi, seseorang dapat menghasilkan berbagai konsep bisnis yang selaras dengan

kesempatan yang tersedia. Peningkatan inovasi juga berpotensi meningkatkan minat seseorang untuk terjun ke dunia wirausaha (Nanda et al., 2020).

Pada era modern, koneksi sangat penting untuk memberi peluang yang dapat membantu bisnis atau UMKM, sebagian memakai medsos, mereka bisa meningkatkan pengetahuan dan koneksi yang mereka peroleh dari studi mereka dalam berbagai bidang, mengubah kreativitas menjadi pendapatan, dan menghasilkan inovasi dan layanan baru dengan bantuan teknologi. Adanya koneksi dengan UMKM ini dapat membantu para pelaku usaha dalam mempromosikan usahanya, terutama di jejaring digital, karena adanya jejaring digital saat ini dapat menjadi sumber bisnis itu sendiri. Hal ini karena aplikasi media sosial mengembangkan inovasi yang saling menghubungkan seperti penjualan dan pemasaran produk melalui aplikasi seperti Instagram dan YouTube, Tiktok, dsb. Ada banyak persaingan bisnis yang menyemangati para wirausahawan menjadi lebih kreatif dan inovatif. Akibatnya, lebih mudah bagi mereka untuk mencapai keberhasilan bisnis mereka (Susanto & Handoyo, 2023).

Keberhasilan sebuah usaha dapat dievaluasi dengan membandingkan nilai yang diharapkan dengan pemanfaatan sumber daya yang ada. Kinerja perusahaan merupakan hasil dari berbagai indikator tersebut, sehingga pengukuran ini penting untuk menilai seberapa baik bisnis mampu beradaptasi dengan lingkungannya. Selain itu, kinerja juga berfungsi sebagai ukuran untuk menilai tingkat persaingan serta pencapaian yang diraih oleh suatu usaha atau bisnis (Suriyani et al., 2022). Untuk mencapai keberhasilan dalam pengembangan UMKM, terdapat beberapa indikator penting yang perlu diperhatikan. Strategi yang diterapkan oleh UMKM memiliki dampak luas terhadap struktur organisasi, aktivitas operasional, investasi, jaringan pasar, serta kinerja secara keseluruhan. Melalui strategi ini, UMKM dapat mengatasi berbagai tantangan, mengembangkan kemampuan terbaru, dan mengembangkan performa usaha dengan memanfaatkan teknologi yang membantu dalam mengelola potensi spesifik serta mengetahui kesempatan guna mempersiapkan dan memasarkan produk atau jasa yang bernilai guna meraih keuntungan lebih optimal (Lai & Widjaja, 2023).

Berdasarkan berbagai penelitian sebelumnya, keberhasilan UMKM sering kali dikaitkan dengan faktor modal, strategi pemasaran, akses perbankan, dan inovasi teknologi. Dalam teori inovasinya, Ferreira et al. (2017) mengatakan bahwa kreativitas dan inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha sangat memengaruhi keberhasilan suatu usaha. Namun, studi ini berfungsi guna memenuhi celah yang belum banyak dikaji, yaitu bagaimana minat, kreativitas, dan koneksi sosial berperan dalam keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM makanan di desa. Dalam konteks UMKM makanan di desa, faktor keberhasilan tidak hanya bergantung pada modal dan strategi bisnis; itu juga bergantung pada bagaimana minat wirausaha mendorong

ketekunan dalam menjalankan usaha, kreativitas dalam menciptakan produk baru dan memasarkannya. Sayangnya, elemen ini belum dipelajari secara menyeluruh dalam penelitian sebelumnya, terutama dalam konteks jangkauan bisnis kecil dan menengah (UMKM) makanan di pedesaan

Dalam aspek metodologi, banyak penelitian sebelumnya menggunakan random sampling dalam menentukan sampel UMKM, sehingga kurang mempertimbangkan karakteristik spesifik dari populasi yang ditelaah. Oleh sebab itu, studi ini memakai purposive sampling berbasis distribusi proporsional dari setiap dusun agar lebih relevan dan mampu menangkap realitas yang ada di Desa Sumberejo secara lebih akurat.

Desa Sumberejo, yang dikenal memiliki potensi UMKM yang cukup besar, tidak terlepas dari tantangan tersebut. Sebagian besar pelaku UMKM di desa ini menghadapi kendala seperti keterbatasan pemasaran produk, kurangnya inovasi dalam produk, relasi bisnis yang terbatas, serta kurangnya desain produk. Padahal, keberhasilan UMKM ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan potensi internal, termasuk minat yang mendalam terhadap bisnis, kreativitas dalam menciptakan inovasi, dan koneksi yang mendukung kolaborasi strategis. Bidang usaha UMKM yang dipakai dalam studi ini yakni bidang usaha yang bergerak di industri makanan, karena perkembangan industri makanan mendapat perhatian besar dari berbagai kalangan.

Berikut jumlah data UMKM makanan di Desa Sumberejo dari berbagai Dusun di Desa Sumberejo:

Tabel 1. Daftar jumlah UMKM makanan di Desa Sumberejo dari tahun 2021-2014

Tahun	Dusun Krajan Kidul	Dusun Krajan Lor	Dusun Curahrejo	Dusun WatuUlo
2021	18	19	15	20
2022	20	21	17	22
2023	22	22	20	24
2024	25	25	22	27

Tabel diatas dapat memuat data terkait UMKM makanan di Desa Sumberejo per Dusun pada tahun 2021 – 2024, berdasarkan data terlihat adanya peningkatan jumlah pada setiap dusun dari tahun ke tahun. Dusun Krajan Kidul mengalami peningkatan signifikan dari 18 pada tahun 2021 menjadi 25 pada tahun 2024. Dusun Krajan Lor juga menunjukkan pertumbuhan dari 19 menjadi 25 dalam periode yang sama. Pada Dusun Curahrejo pula merasakan pengembangan dari 15 pada tahun 2021 menjadi 22 pada tahun 2024, sedangkan Dusun Watu Ulo juga menunjukkan pertumbuhan yang stabil dari 20 menjadi 27.

Desa Sumberejo ini juga pernah mengikuti program UMKM yang di selenggarakan oleh BPUM secara gratis sebanyak 2 kali, dan banyak masyarakat yang memiliki usaha dan ikut daftar pada program tersebut, akan tetapi hanya 2 usaha yang aktif sampai tahun ini. Dari analisis ini, dapat disimpulkan bahwa setiap dusun mengalami perkembangan yang positif selama empat tahun terakhir. Tren pertumbuhan ini dapat menjadi indikator perkembangan wilayah, baik dari segi populasi, ekonomi, maupun faktor sosial lainnya. Jika pertumbuhan ini terus berlanjut, maka kemungkinan besar wilayah ini akan semakin berkembang di masa depan.

2. KAJIAN TEORITIS

Minat

Minat merupakan dorongan psikologis yang menimbulkan perhatian, ketertarikan, dan kecenderungan seseorang untuk melakukan atau terlibat dalam suatu aktivitas tertentu secara sukarela (Hamalik, 2010). Dalam konteks kewirausahaan, minat berwirausaha adalah sikap positif dan dorongan internal untuk menjalankan dan mengembangkan suatu usaha secara mandiri. Minat memiliki peran penting dalam menentukan motivasi awal individu untuk memulai usaha, bertahan dalam menjalankannya, serta menciptakan kepuasan kerja pribadi (Suryana & Bayu, 2012). Menurut Buchori et al. (2022), minat yang tinggi juga berkaitan erat dengan keinginan untuk belajar dan berkembang, yang berujung pada keberhasilan usaha.

Kreativitas

Kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk menciptakan ide-ide baru, solusi, atau produk yang orisinal dan bermanfaat (Munandar, 2021). Dalam dunia UMKM, khususnya sektor makanan, kreativitas merupakan aset penting untuk bersaing di pasar yang semakin kompleks. Pelaku usaha makanan perlu memiliki kreativitas dalam hal inovasi produk, penyesuaian rasa, bentuk penyajian, desain kemasan, serta strategi promosi yang menarik. Menurut Romadia et al. (2025), kreativitas memungkinkan pelaku UMKM untuk menghadirkan produk yang berbeda dari pesaing, sehingga menciptakan nilai tambah bagi konsumen.

Koneksi

Koneksi atau networking adalah kemampuan membangun dan memelihara hubungan sosial yang strategis dengan berbagai pihak yang dapat menunjang kegiatan usaha, seperti pelanggan, mitra usaha, komunitas bisnis, serta institusi pemerintah atau swasta (Nugroho & Andarini, 2020). Dalam konteks UMKM makanan, koneksi dapat berperan penting dalam meningkatkan akses terhadap pasar, memperluas jaringan distribusi, memperoleh bahan baku yang kompetitif, dan mendapatkan dukungan usaha lainnya.

Keberhasilan Pelaku UMKM

Menurut Sepriani (2024), keberhasilan UMKM merupakan hasil dari kombinasi antara faktor individu (minat dan kreativitas), faktor sosial (koneksi), dan dukungan lingkungan (kebijakan, teknologi, pembiayaan). Pelaku UMKM makanan yang berhasil biasanya mampu mempertahankan kualitas produk, membangun citra usaha yang baik, dan menjalin hubungan yang positif dengan konsumen. Dengan demikian, keberhasilan bukan sekadar bertahan dalam bisnis, tetapi juga tentang bagaimana usaha tersebut berkembang secara berkelanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan teknik kuantitatif dengan rancangan korelasional. Fokus studi adalah mengkaji peran minat, kreativitas, dan koneksi dalam keberhasilan pelaku UMKM makanan di Desa Sumberejo. Populasi penelitian mencakup seluruh pelaku UMKM makanan yang berada di Desa Sumberejo. Perolehan sampel dilaksanakan dengan teknik purposive sampling, dengan besaran sampel berjumlah 339 pelaku UMKM makanan di desa tersebut. Analisis data menggunakan teknik deskriptif yang berfungsi guna menahami kondisi variabel bebas, baik tunggal maupun bersama.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pertama, deskripsi responden yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian.

Tabel 1 Penjawab Berlandaskan Gender

Jenis Kelamin	Frekuensi
Perempuan	45
Laki-Laki	32
Total	77

Menurut data membuktikan bahwasannya jumlah responden didominasi oleh wanita dengan total 45 orang, sementara pria 32. Jumlah respondennya yaitu 77 orang.

Tabel 2 Data Responden Berdasarkan Lama Usaha

No.	Durasi usaha	Keterapan
1.	1 tahun	6
2.	2 tahun	5
3.	3 tahun	11
4.	4 tahun	6
5.	5 tahun	14
6.	6 tahun	4
7.	7 tahun	8
8.	8 tahun	2
9.	9 tahun	1
10.	10 tahun	9
11.	14 tahun	4
12.	15 tahun	4
13.	18 tahun	1
14.	26 tahun	1
15.	35 tahun	1
Total		77

Selanjutnya dilakukan uji validitas dan reabilitas variabel yang bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen (kuesioner atau alat ukur) yang digunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (valid) dan konsisten dalam mengukur (*reliable*). Berikut hasilnya:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Peran Minat (X1)	Item 1	0,707	0,224	Berlaku
	Item 2	0,835	0,224	Berlaku
	Item 3	0,753	0,224	Berlaku
	Item 4	0,759	0,224	Berlaku
Kreativitas (X2)	Item 1	0,717	0,224	Berlaku
	Item 2	0,593	0,224	Berlaku
	Item 3	0,714	0,224	Berlaku
	Item 4	0,632	0,224	Berlaku
	Item 5	0,575	0,224	Berlaku
Koneksi (X3)	Item 1	0,468	0,224	Berlaku
	Item 2	0,607	0,224	Berlaku
	Item 3	0,697	0,224	Berlaku
	Item 4	0,689	0,224	Berlaku
Keberhasilan Usaha (Y)	Item 1	0,463	0,224	Berlaku
	Item 2	0,586	0,224	Berlaku
	Item 3	0,636	0,224	Berlaku
	Item 4	0,674	0,224	Berlaku
	Item 5	0,624	0,224	Berlaku

Dapat dipahami bahwasannya semua unsur yang diajukan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yakni tingkat signifikansi dimana nilai $\alpha=0,05$ dan didapat nilai r_{tabel} 0,224. Membuktikan bahwa seluruh item pernyataan peran minat, kreatifitas, koneksi dan keberhasilan usaha didalam studi ini bisa disimpulkan valid dan dapat dipakai sebagai variabel yang bisa diusulkan didalam studi ini.

Tabel 4 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standart Alpha	Keterangan
Peran Minat	0,803	0,60	Dapat diandalkan
Kreativitas	0,750	0,60	Dapat diandalkan
Koneksi	0,736	0,60	Dapat diandalkan
Keberhasilan Usaha	0,726	0,60	Dapat diandalkan

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan hasil uji reabilitas bahwasannya seluruh variabel memiliki koefisien alpha yang memadai juga mencukupi kriteria guna dinyatakan reliable yakni $>0,60$, maka diperoleh kesimpulan bahwasannya seluruh variabel didalam studi ini dinyatakan *reliable*.

Tabel 5. Hasil Uji Linear Berganda

Model	B	Std. Error	Beta
(konstan)	13.339	,535	
Peran Minat (X1)	,428	,024	,791
Kreativitas (X2)	,103	,015	,314
Koneksi (X3)	,195	,018	,470

Diketahui bahwasannya persamaan regresi linear berganda diatas, memperoleh :

$$Y = 13.339 + ,428 X_1 + ,103 X_2 + ,195 X_3 + e$$

Menurut model regresi diatas, bisa diuraikan seperti berikut:

a. Nilai Konstanta

Koefisien regresi Peran Minat sebesar nilai positif sebesar 13.339. Yang berarti apabila peran minat, kreativitas, dan koneksi memiliki nilai tetap (konstan) atau tidak dapat diubah, maka pelaku UMKM makanan memiliki nilai sebesar 13.339.

b. Peran Minat (X1)

Koefisien regresi Peran Minat sebesar 0,428 dan positif yang artinya jika variabel peran minat (X1) memiliki nilai koefisien yang menunjukkan bahwa pengaruh minat cukup banyak. Besarnya pengaruh juga bisa dibandingkan dengan koefisien regresi variabel lain untuk melihat variabel mana yang memiliki pengaruh terhadap UMKM makanan.

c. Kreativitas (X2)

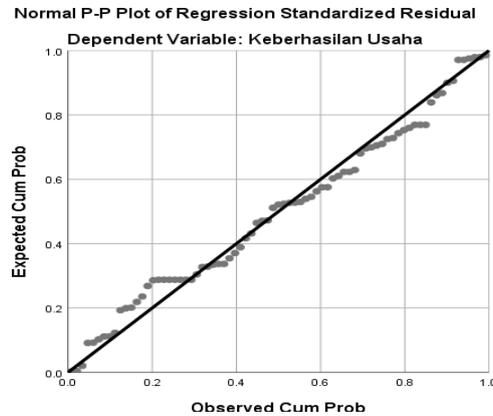
Koefisien regresi kreativitas sebesar 0,103 dan positif yang artinya jika variabel Kreativitas (X2) memiliki nilai koefisien yang menunjukkan pengaruh kreatif yang cukup banyak. Besarnya pengaruh juga bisa dibandingkan dengan koefisien regresi variabel lain untuk melihat variabel mana yang memiliki pengaruh terhadap kreativitas UMKM makanan.

d. Koneksi (X3)

Koefisien regresi koneksi sebesar 0,195 dan positif yang artinya jika variabel koneksi (X3) memiliki nilai koefisien yang menunjukkan pengaruh koneksi yang cukup banyak.

Besarnya pengaruh juga bisa dibandingkan dengan koefisien regresi variabel lain untuk melihat variabel mana yang memiliki pengaruh terhadap UMKM makanan.

Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolenieritas dan uji heteroskedastitas. Berikut adalah hasilnya:



Gambar 1. Hasil Uji Normalisasi

Dari olahan data tersebut, mengindikasikan bahwa data tersebar secara normal, ditandai dengan titik-titik yang menyertai garis diagonal. Oleh sebab itu, bisa diperoleh kesimpulan bahwasannya asumsi normalitas pada model regresi yang diterapkan didalam studi ini sudah terpenuhi.

Tabel 6. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

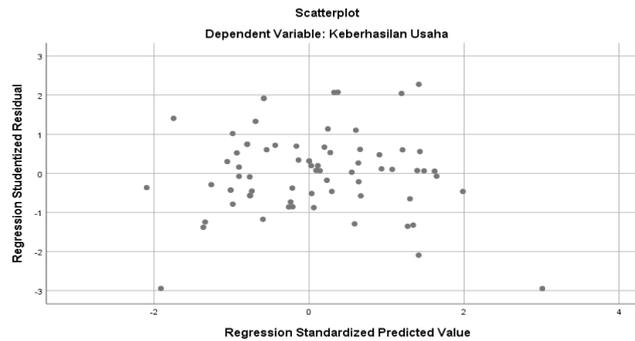
	<i>Unstandardized Residual</i>
N	77
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.200 ^{c,d}

Berikut perolehan uji normalitas, memakai Uji *Kolmogorov-Smirnov*. nilai *P-value* > dari pada alpha, lalu asumsi kenormalan disetujui memakai tahapan signifikansi >0,05 (5%).

Tabel 7 Perolehan Uji Multikolenieritas Coefficientsa

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.339		4.943	.000
	Peran Minat	.428	.791	7.850	.000
	Kreativitas	.103	.314	7.037	.000
	Koneksi	.195	.470	9.623	.000

Dari hasil tersebut, terdeteksi bahwasannya seluruh detail, nilai tolerance beredar antara 0,974 sampai 0,988, sedangkan nilai VIF berdiam pada kisaran 1,012 sampai 1,027.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastitas

Dari Gambar 2, pengujian heteroskedastisitas bisa diamati lewat grafik scatterplot yang memperlihatkan bahwasannya sebaran Data menunjukkan penyebaran yang random tanpa pola khusus, dengan terdistribusi rata dalam sumbu Y. diperoleh simpulan bahwasannya residual tak memperlihatkan tanda-tanda heteroskedastisitas, sehingga asumsi tersebut dianggap terpenuhi.

Selanjutnya dilakukan uji hipotesis untuk melihat hubungan antar variabel yang diteliti. Berikut adalah hasil uji hipotesis.

Tabel 8 Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.927 ^a	.859	.853	.29879

Menurut Angka *ASR* senilai 0,853 dijelaskan dalam tabel yang tertera, bisa diperoleh kesimpulan bahwasannya variabel-variabel seperti peran minat, kreativitas dan koneksi secara bersama-sama mampu menjelaskan sekitar 85,3% variasi dalam keberhasilan usaha. Ini menandakan bahwa variabel-variabel tersebut mempunyai dampak signifikan pada kesuksesan usaha yang diukur dalam studi ini. Sisa variasi sebesar 14,7% (100% - 85,3%) dapat terpengaruh oleh penyebab lainnya yang tidak termasuk didalam model regresi, layaknya inovasi dan kompetisi. Hasil ini menggaris bawahi pentingnya variabel-variabel utama yang diteliti dalam memahami dan memprediksi keberhasilan usaha, sementara juga menunjukkan kompleksitas faktor-faktor lain yang turut membawa dampak hasil kesuksesan usaha secara keseluruhan.

Tabel 9 Hasil Uji t (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.339	.535		4.943	.000
	Peran Minat	.428	.024	.791	7.850	.000
	Kreativitas	.103	.015	.314	7.037	.000
	Koneksi	.195	.018	.470	9.623	.000

Pembahasan

Perolehan analisis data menyatakan bahwasannya minat memberikan dampak yang positif dan bermakna secara statistik terhadap keberhasilan usaha, yang ditunjukkan lewat uji t , yang sebanyak 7,850 dari t tabel yang sebesar 1,993. hipotesis yang mengatakan bahwasannya minat berperan positif dan signifikan dalam keberhasilan usaha dapat diterima. Hal ini apabila Peran Minat meningkat kemudian akan bertambah pula Kesuksesan Usaha, khususnya pada UMKM. Dari hasil kuesioner yang dilakukan, terbukti dari keempat pernyataan tersebut banyak yang disetujui oleh responden. Responden merasa sangat senang dan tertarik untuk terus mengembangkan usahanya. Selain itu mereka juga merasa perhatian terhadap suatu objek kreativitas usaha yang memiliki jiwa yang tinggi. Sehingga peran minat ini dalam berwirausaha merupakan faktor yang sangat penting. Penelitian ini juga mendukung peneliti sebelumnya yaitu Sukramayun & Suardika (2024) menunjukkan hasil bahwa Peran minat dalam berwirausaha merupakan dampak positif dan signifikan mengenai kesuksesan berwirausaha. Kemudian hasil studi ini juga searah dengan Suaidi et al. (2021) yang menyatakan bahwa peran minat usaha berpengaruh dengan signifikan kepada pelaku UMKM. Selain itu studi ini juga searah dengan Mariatun & Sholeh (2023) minat usaha dengan parsial berdampak positif dan signifikan kepada kesuksesan wirausaha.

Perolehan pengolahan data yang ada terbukti bahwasannya Dampak kreativitas berdampak positif dan signifikan kepada kesuksesan suatu bisnis. Hal tersebut ditunjukkan melalui hasil uji t di bawah 0,05. Oleh dari itu, hipotesis yang menyebutkan bahwasannya kreativitas memberikan dampak positif dan signifikan kepada keberhasilan usaha dapat disetujui. apabila kreativitas meningkat sehingga menaik juga Kesuksesan sebuah Usaha, khususnya pada UMKM. Dari hasil kuesioner yang dilakukan, terbukti dari kelima pernyataan tersebut banyak yang disetujui oleh responden. Responden merasakan bahwa mereka sering menciptaka ide produk baru, mereka mampu untuk mengatasi sebuah masalah sehingga tidak terjebak dalam masalah tersebut. Selain itu mereka dapat mencetuskan gagasan dengan cara baru, megembangkan gagasan produk secara detail serta mampu meninjau suatu persoalan berdasarkan perspektif yang berbeda. Dan hal itu jarang digunakan dalam kebanyakan orang. Penelitian ini juga mendukung peneliti sebelumnya yaitu Dewi & Herlina (2021) menunjukkan hasil bahwa pengaruh kreativitas secara parsial menunjukkan dampak yang signifikan kepada kesuksesan bisnis terhadap umkm. Kemudian penelitian ini sejalan dengan (Awa et al., 2024) menunjukkan bahwasannya kreativitas berdampak signifikan pada keberhasilan usaha. Serta juga searah dengan studi Riyanto & Musprihadi (2024) yang menunjukan bahwa Inovasi memiliki kontribusi yang positif dan penting pada keberhasilan suatu bisnis.

Perolehan analisis data menyebutkan bahwasannya peran koneksi memberikan dampak positif dan signifikan pada kesuksesan usaha. Hal tersebut dinyatakan melalui uji t. Dengan begitu, hipotesis yang menyebutkan bahwasannya koneksi berdampak positif dan signifikan pada keberhasilan usaha dapat disetujui. Hal ini apabila koneksi meningkat sehingga meningkat juga Kesuksesan suatu bisnis, khususnya pada UMKM. Dari hasil kuesioner yang dilakukan, terbukti dari keempat pernyataan tersebut banyak yang disetujui oleh responden. Responden merasa bahwa mereka memiliki jaringan produksi yang luas dengan pelanggan dan dapat memberi jaringan pelayanan yang memberi informasi dan pelatihan. Kemudian mereka dapat bekerja sama dalam produk dan kerja sama penjual serta pemasaran. Selain itu juga mereka dapat bekerja sama untuk memperkuat tawar menawar dengan membeli dan menangani persaingan pasar. Studi ini juga searah dengan studi Muna (2019) menunjukkan bahwasannya koneksi berpengaruh positif dan signifikan pada kesuksesan suatu bisnis.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara minat, kreativitas, dan koneksi terhadap keberhasilan pelaku UMKM, khususnya di sektor makanan. Pertama, meningkatnya minat berwirausaha terbukti sejalan dengan peningkatan keberhasilan usaha, karena minat yang tinggi mendorong komitmen dan semangat dalam menjalankan bisnis. Kedua, kreativitas juga berperan signifikan dalam menunjang keberhasilan, karena pelaku UMKM yang mampu menghadirkan inovasi dan keunikan dalam produknya cenderung lebih kompetitif di pasar. Ketiga, koneksi atau jaringan yang luas menjadi faktor penting dalam memperluas pasar, menjalin kerja sama, dan meningkatkan peluang usaha, sehingga berdampak positif terhadap keberhasilan UMKM secara keseluruhan.

Berdasarkan simpulan tersebut, beberapa saran dapat diberikan. Untuk masyarakat, khususnya generasi muda, penting untuk menumbuhkan minat dalam bidang kewirausahaan sebagai salah satu pilihan karier yang menjanjikan. Minat yang tinggi dapat memacu semangat, ketekunan, dan daya juang dalam membangun usaha, yang dapat diperkuat melalui pendidikan kewirausahaan dan inspirasi dari kisah sukses pelaku UMKM. Bagi kalangan akademisi, hasil studi ini dapat dijadikan referensi untuk pengembangan kajian di bidang kewirausahaan, khususnya dalam konteks UMKM, serta sebagai bahan ajar dan sumber pustaka. Sedangkan untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas dan memperdalam ruang lingkup penelitian, baik dari sisi variabel, wilayah, maupun metode, sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih komprehensif bagi pengembangan UMKM di Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Awa, A., Palahudin, P., Sya'diah, C. Z. N., & Fauziah, N. R. (2024). Keberhasilan usaha berdasarkan digital marketing, kreativitas, dan inovasi pada UMKM konveksi di Kabupaten Bogor. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(2), 7813-7830.
- Buchori, A., Auladi, I., Ferinudin, R., Puspita, A., Pengesti, D. R., Kafita, L. L., Rahmawati, D., Husna, A., Azzahra, A., & Khoirunnisak, D. (2022). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM gula Jawa di Desa Jongglosari Kecamatan Leksono Kabupaten Wonosobo. *Community: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 32-56. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i10.1482>
- Dewi, R., & Herlina, T. (2021). Pengaruh kreativitas dan kemampuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner di Baturaja Timur Kabupaten OKU. *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 2(1), 75-93. <https://doi.org/10.54895/jmbu.v2i1.914>
- Ferreira, M. P., Reis, N. R., & Pinto, C. S. F. (2017). Schumpeter's (1934) influence on entrepreneurship (and management) research. *REGEPE: Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(1), 4-39. <https://doi.org/10.14211/regepe.v6i1.483>
- Hamalik, O. (2010). Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Rineka Cipta.
- Lai, A., & Widjaja, O. H. (2023). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi terhadap keberhasilan UMKM kedai kopi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(3), 576-584. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25336>
- Mariatun, I. L., & Sholeh, Y. (2023). Pengaruh minat usaha, kreativitas, inovasi, motivasi, dan modal usaha terhadap keberhasilan usaha wirausaha muda di Kecamatan Bangkalan. *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 8(1).
- Muna, K. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil menengah berbasis ekonomi kreatif di Kota Langsa.
- Munandar, U. (2021). Pengembangan kreativitas anak berbakat (ed. revisi). Rineka Cipta.
- Nanda, P., Rifa'i, M., & Dewi, N. R. A. (2020). Pengaruh gaya kepemimpinan, pelatihan dan motivasi terhadap kinerja karyawan (Studi kasus pada UD Aan Jaya Snack, Kota Batu). Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.
- Nugroho, R. H., & Andarini, S. (2020). Strategi pemberdayaan UMKM di pedesaan berbasis kearifan lokal di era industri 4.0 menuju era society 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 1(1).
- Oktavani, H. (2023). Pengaruh minat usaha dan jaringan promosi terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil berbasis ekonomi kreatif di Kota Padang Panjang.
- Riyanto, J., & Musprihadi, R. (2024). Keberhasilan usaha mikro kecil menengah Sekarwangi Snack Kelurahan Pudakpayung dari pengaruh kreativitas, inovasi dan lingkungan eksternal. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 13(1). <https://doi.org/10.56444/sa.v13i1.1442>
- Romadia, R., Floryan, F., Mahendra, F., & Noviyanti, I. (2025). Pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan daya saing UMKM kuliner di Kota Pangkalpinang. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 49-60. <https://doi.org/10.33087/eksis.v16i1.500>
- Sepriani, W. (2024). Pengaruh faktor internal dan eksternal kewirausahaan terhadap keberlanjutan bisnis sayuran organik selama pandemi Covid-19.

- Suaidi, M., Pardiman, P., & Farida, E. (2021). Pengaruh inovasi usaha dan minat usaha terhadap keberhasilan usaha (Studi pada UMKM food and beverage di Kecamatan Tajinan Kabupaten Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(17).
- Suhartatik, A., Susilawati, C. E., Arini, A., Muljani, N., Lindawati, T., Nagel, P. J. F., & Shanti, S. (2021). Perencanaan kesejahteraan hari tua pada warga Kelurahan Semolowaru Kecamatan Sukolilo Surabaya. *Peka: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 1-15. <https://doi.org/10.33508/peka.v4i1.3296>
- Sukramayun, I. P. D. W., & Suardika, I. K. (2024). Pengaruh minat berwirausaha, motivasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pelaku usaha di Desa Pegadungan. *Jurnal Daya Saing*, 10(3), 426-435.
- Suriyani, Y. H. L., Setiawan, M. D., Saragih, F. A., Putriady, E., Oktaviani, W., Yanti, F. D., Harahap, M. U., Atika, R., Gunawan, S. S., & Apriadi, P. (2022). Analysis of the quality of inpatient health services at Medan Haji General Hospital. Tidak disebutkan jurnal atau institusi.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2012). *Kewirausahaan: Pendekatan karakteristik wirausahawan sukses* (Ed. 2). Kencana.
- Susanto, J. G. Y., & Handoyo, S. E. (2023). Pengaruh likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, dan aktivitas terhadap financial distress pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2021. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(5), 1139-1152. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i5.26513>