

Pengaruh Pengelolaan Keuangan, Modal Usaha, Pendapatan Usaha, Inovasi Produk dan strategi pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Usaha Mikro sector Kuliner di Kota Bima

Khas Sukma Mulya¹, Amanda²

¹ Universitas Muhammadiyah Bima, Indonesia;

² Universitas Muhammadiyah Bima, Indonesia

* Correspondence e-mail; khasukma.se@gmail.com, amandasoviana694@gmail.com

Article history

Submitted: 2026/06/01; Revised: 2026/07/11; Accepted: 2026/08/27

Abstract

Usaha mikro kuliner memiliki peran penting dalam perekonomian daerah, termasuk di Kota Bima, namun keberhasilannya masih dipengaruhi oleh berbagai faktor yang hasil kajiannya di berbagai wilayah belum konsisten. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengelolaan keuangan, modal usaha, pendapatan usaha, inovasi produk, dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha mikro kuliner di Kota Bima, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei terhadap pelaku usaha mikro kuliner di Kota Bima, menggunakan instrumen kuesioner skala Likert yang dianalisis melalui regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil menunjukkan bahwa secara simultan kelima variabel berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Secara parsial, pengelolaan keuangan, modal usaha, dan pendapatan usaha berpengaruh positif signifikan, sedangkan inovasi produk dan strategi pemasaran tidak signifikan. Nilai $R^2 = 0,495$ menunjukkan 49,5% variasi keberhasilan dijelaskan oleh variabel penelitian.

Keywords

Pengelolaan keuangan; Modal Usaha; Pendapatan Usaha; Inovasi produk; Strategi Pemasaran; Keberhasilan; Usaha Mikro



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

INTRODUCTION

Usaha mikro, kecil, dan menengah, khususnya sektor kuliner, memiliki strategi dalam perekonomian karena berkontribusi pada penyerapan tenaga kerja, pendapatan rumah tangga, dan peningkatan perekonomian daerah (Pammai et al., 2025). Di berbagai kota di Indonesia, sektor kuliner juga tercatat sebagai salah satu subsektor yang tumbuh pesat dan menjadi penggerak aktivitas ekonomi perkotaan, sehingga keberhasilan usaha pada sektor ini tidak hanya relevan bagi pelaku usaha, tetapi juga bagi agenda pembangunan ekonomi daerah (Wibowo & Widayat, 2023).

Meskipun jumlah usaha kuliner terus meningkat, literatur menunjukkan bahwa keberhasilan usaha mikro tidak terjadi secara otomatis karena masih terdapat permasalahan mendasar dalam pengelolaan usaha, terutama pada aspek keuangan, modal, pemasaran, teknologi, dan kualitas sumber daya manusia (Putri & Husna, 2024). Pada Usaha Mikro, pengelolaan keuangan sering kali masih bersifat sederhana, manual, dan tidak teratur, sementara pencatatan transaksi, pelaporan, dan pengendalian keuangan belum dilakukan secara optimal (Yudianto, 2025). Kondisi ini diperburuk oleh rendahnya literasi keuangan, tidak dipisahkannya keuangan pribadi dan usaha, serta terbatasnya pemanfaatan teknologi pencatatan digital, yang pada akhirnya menyulitkan pelaku usaha dalam mencatat arus kas, menghitung laba, dan mengambil keputusan bisnis secara tepat (Risca Ratanasari et al., 2026).

Dalam konteks keberhasilan usaha, pengelolaan keuangan yang baik terbukti berhubungan positif dengan pertumbuhan dan kinerja usaha mikro kuliner (Naim, 2024). Praktik seperti penyusunan anggaran, pencatatan kas harian, pengendalian biaya, pengelolaan modal kerja, dan evaluasi keuangan secara berkala membantu usaha menjaga stabilitas operasional dan meningkatkan kemampuan bertahan di tengah persaingan (Rahayu & Rahmawati, 2022). Oleh karena itu, pengelolaan keuangan layak ditempatkan sebagai salah satu variabel utama dalam menjelaskan keberhasilan usaha mikro sektor kuliner di Kota Bima.

Selain pengelolaan keuangan, modal usaha merupakan faktor penting yang menentukan kapasitas produksi, kesinambungan operasional, dan peluang pengembangan usaha (Putri & Husna, 2024). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha dan pendapatan pelaku usaha mikro kuliner, karena modal menjadi dasar untuk pembelian bahan baku, pengembangan produk, promosi, serta perluasan pasar. Namun demikian, banyak pelaku usaha mikro masih mengandalkan modal sendiri dan enggan mengakses pembiayaan formal akibat persyaratan yang dianggap rumit, sehingga keterbatasan modal sering menghambat inovasi dan pertumbuhan usaha (Risca Ratanasari et al., 2026).

Pendapatan usaha juga merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan usaha mikro, karena mencerminkan kemampuan usaha menghasilkan pendapatan dari aktivitas operasional (Yudianto, 2025). Literatur menunjukkan bahwa pendapatan usaha dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, termasuk modal usaha, strategi harga, efisiensi operasional, dan pemanfaatan platform digital (Yaqin et al., 2026). Dengan demikian, peningkatan pendapatan

tidak hanya menjadi hasil dari keberhasilan usaha, tetapi juga dapat dipahami sebagai cerminan dari efektivitas pengelolaan sumber daya dan strategi usaha yang dilakukan pelaku usaha mikro kuliner. Naim Tahun 2024 Ratanasari tahun 2026.

Di sisi lain, produk inovasi menjadi faktor pembeda yang semakin penting dalam industri kuliner yang sangat kompetitif dan sensitif terhadap perubahan selera konsumen (Mulyono & Rolando, 2024). Inovasi melalui diversifikasi menu, kreativitas rasa, perbaikan kemasan, dan pengembangan nilai tambah produk terbukti berpengaruh positif terhadap pertumbuhan dan kinerja usaha mikro kuliner (Nasrudin, 2023). Sebaliknya, keterbatasan dana dan pengetahuan dapat menyebabkan pelaku usaha cenderung meniru produk pesaing, sehingga kemampuan inovasi menjadi lemah dan daya saing usaha menurun.

Strategi pemasaran juga menjadi variabel yang sangat relevan dalam menentukan keberhasilan usaha mikro kuliner, terutama di tengah perubahan perilaku konsumen dan meningkatnya pemanfaatan media digital (Naim, 2024). Bukti empiris menunjukkan bahwa pemasaran digital, pemanfaatan e-commerce, promosi melalui media sosial, dan penyusunan strategi pemasaran yang tepat berhubungan positif dengan pertumbuhan, kinerja, dan pendapatan usaha kuliner. Namun penerapan pemasaran online pada UMKM masih belum merata karena sebagian pelaku usaha belum memahami prosedur teknis penjualan digital, sehingga intervensi peningkatan kapasitas pemasaran tetap dibutuhkan (Nalvia, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai pengaruh pengelolaan keuangan, modal usaha, pendapatan usaha, inovasi produk, dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha mikro sektor kuliner di Kota Bima menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini relevan karena berangkat dari konteks empiris berkembangnya 2.290 unit usaha mikro kuliner di Kota Bima, sekaligus dari temuan literatur bahwa keberhasilan usaha kuliner ditentukan oleh kombinasi faktor finansial, inovatif, dan pemasaran yang saling berkaitan (Sartika & Mokodompit, 2024). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian Usaha Mikro kuliner serta menjadi dasar empiris bagi penelitian kebijakan dan strategi pemberdayaan usaha mikro yang lebih tepat sasaran di Kota Bima.

METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha mikro kuliner yang beroperasi di Kota Bima, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive

sampling berdasarkan kriteria tertentu, seperti lama usaha berjalan dan kesediaan responden untuk berpartisipasi. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin yang mengukur lima variabel penelitian, yaitu pengelolaan keuangan, modal usaha, pendapatan usaha, inovasi produk, dan strategi pemasaran sebagai variabel bebas, serta keberhasilan usaha sebagai variabel terikat. Instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan untuk pengumpulan data lapangan. Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS, meliputi uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Kerangka konseptual penelitian ini menempatkan pengelolaan keuangan, modal usaha, pendapatan usaha, inovasi produk, dan strategi pemasaran sebagai variabel yang diduga memengaruhi keberhasilan usaha mikro kuliner di Kota Bima, baik secara parsial maupun simultan.

FINDINGS AND DISCUSSION

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas instrumen pengumpulan data dilakukan untuk mengukur kelayakan kecukupan sampel dan keabsahan indikator-indikator pertanyaan dalam mengukur variabel kuesioner. Pengujian menggunakan pengukuran *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) dan *Bartlett's Test of Sphericity*. Kriteria statistik yang ditetapkan untuk menyatakan instrumen valid adalah nilai KMO MSA > 0,50 dan tingkat signifikansi Bartlett's Test < 0,05.

Table 1. Hasil Uji Validitas

Variabel Penelitian	Nilai KMO MSA	Nilai KMO MSA	Sig.	Keterangan
Pengelolaan Keuangan (X1)	0,755	0,755	0,000	Valid & Layak
Modal Usaha (X2)	0,733	0,733	0,000	Valid & Layak
Pendapatan Usaha (X3)	0,778	0,778	0,000	Valid & Layak

Inovasi Produk (X4)	0,601	0,601	0,000	Valid & Layak
Strategi Pemasaran (X5)	0,612	0,612	0,000	Valid & Layak
Keberhasilan Usaha (Y)	0,698	0,698	0,000	Valid & Layak

Source: Olahan Data Primer 2026

Hasil analisis pengolahan data SPSS menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai KMO MSA berkisar antara 0,601 hingga 0,778 (seluruhnya di atas ambang batas 0,50). Selain itu, pengujian Bartlett's Test of Sphericity pada seluruh variabel menghasilkan nilai Chi-Square yang terhitung signifikan pada tingkat $p = 0,000$ ($< 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan secara mantap bahwa seluruh instrumen pertanyaan yang dirancang untuk mengukur konstruk variabel independen (X_1 sampai X_5) dan variabel dependen (Y) terbukti valid dan memenuhi kriteria kelayakan analisis faktor multivariat.

Uji Reabilitas (Cronbach's Alpha)

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai tingkat konsistensi, keandalan, dan stabilitas internal instrumen kuesioner apabila dilakukan pengukuran secara berulang. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya jika nilai koefisien *Cronbach's Alpha* melebihi kriteria minimum standar sebesar 0,60.

Table 2. Hasil Uji Reabilitas

Variabel Penelitian	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Cut-off Value	Keterangan
Pengelolaan Keuangan (X1)	6	0,780	$> 0,60$	Reliabel
Modal Usaha (X2)	6	0,760	$> 0,60$	Reliabel
Pendapatan Usaha (X3)	6	0,780	$> 0,60$	Reliabel
Inovasi Produk (X4)	6	0,753	$> 0,60$	Reliabel
Strategi Pemasaran (X5)	6	0,736	$> 0,60$	Reliabel
Keberhasilan Usaha (Y)	5	0,797	$> 0,60$	Reliabel

Nilai koefisien Cronbach's Alpha untuk seluruh variabel yang diuji berada pada rentang indeks 0,736 hingga 0,797. Karena seluruh nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh secara konsisten berada signifikan di atas nilai standar cut-off 0,60, maka disimpulkan bahwa kuesioner penelitian ini memiliki tingkat keandalan dan konsistensi internal yang sangat baik, sehingga hasil respon tidak mengalami distorsi jika digunakan kembali dalam penelitian sejenis.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear, nilai pengganggu atau nilai residual terdistribusi secara normal. Model regresi parametrik yang baik memerlukan syarat bahwa residual mengikuti distribusi normal. Pengujian dilakukan melalui pendekatan uji statistik non-parametrik *One-Sample*

Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria: data terdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) > 0,05.

Berdasarkan output analisis SPSS, diperoleh nilai statistik Kolmogorov-Smirnov sebesar **0,050** dengan nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar **0,200**. Karena nilai signifikansi yang didapat (0,200) jauh lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) diterima. Hal ini membuktikan secara ilmiah bahwa nilai residual dalam model regresi terdistribusi secara normal dan memenuhi standar asumsi klasik regresi linear berganda.

Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi linier yang tinggi atau sempurna antar variabel independen (variabel bebas). Model regresi yang sehat dan ideal mensyaratkan tidak terjadinya hubungan korelasi yang erat di antara sesama variabel independen. Indikator bebas multikolinearitas ditentukan berdasarkan nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10.

Variabel Penelitian	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Pengelolaan Keuangan (X1)	0,669	0,780	Reliabel
Modal Usaha	0,590	0,760	Reliabel

(X2)			
Pendapatan Usaha (X3)	0,670	0,780	Reliabel
Inovasi Produk (X4)	0,674	0,753	Reliabel
Strategi Pemasaran (X5)	0,653	0,736	Reliabel

Berdasarkan tabel uji statistik di atas, seluruh variabel bebas memiliki nilai *Tolerance* dalam kisaran 0,590 hingga 0,674 (jauh di atas batas minimum 0,10). Sementara itu, nilai VIF untuk seluruh variabel bebas berada pada kisaran angka 1,472 hingga 1,689 (berada jauh di bawah nilai batas maksimal 10,0). Hal ini memastikan bahwa model regresi terbebas secara penuh dari masalah korelasi atau gangguan multikolinearitas antar variabel independen.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual tetap, maka disebut homoskedastisitas (model yang baik). Pengujian dilakukan menggunakan metode **Uji Glejser**, yaitu meregresikan nilai mutlak/absolut residual (Abs_RES) terhadap masing-masing variabel independen. Model dinyatakan terbebas dari heteroskedastisitas jika nilai signifikansi (Sig.) masing-masing variabel $> 0,05$.

Variabel Penelitian	Coeff B	T Hitung	Sig	Keterangan
Pengelolaan Keuangan (X1)	0,000	0,570	0,996	Homoskedastisitas (Lolos)
Modal Usaha (X2)	0,017	0,570	0,736	Homoskedastisitas (Lolos)
Pendapatan Usaha (X3)	-0,018	0,568	0,729	Homoskedastisitas (Lolos)
Inovasi Produk (X4)	-0,042	-0,041	0,965	Homoskedastisitas (Lolos)
Strategi Pemasaran (X5)	-0,020	-0,412	0,678	Homoskedastisitas (Lolos)

Dari tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk seluruh variabel independen berada pada rentang 0,678 hingga 0,996. Nilai-nilai ini jauh berada di atas tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada variabel independen yang berpengaruh secara signifikan terhadap absolut residual, sehingga model regresi dinyatakan terbebas dari masalah heteroskedastisitas (memenuhi asumsi homoskedastisitas).

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan program SPSS, diperoleh formula matematis persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,040 + 0,320 X_1 + 0,078 X_2 + 0,059 X_3 + 0,045 X_4 + 0,039 X_5$$

Interpretasi Koefisien Regresi:

Konstanta (α) = -0,040: Apabila seluruh variabel independen (Pengelolaan Keuangan, Modal Usaha, Pendapatan Usaha, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran) bernilai konstan atau nol (0), maka besarnya indikator Keberhasilan Usaha (Y) diprediksi berada pada angka -0,040 unit.

Koefisien X_1 (Pengelolaan Keuangan) = 0,320: Setiap peningkatan satu unit skala Pengelolaan Keuangan dengan asumsi variabel lain konstan akan meningkatkan Keberhasilan Usaha sebesar 0,320 unit. Arah pengaruh bersifat positif.

Koefisien X_2 (Modal Usaha) = 0,078: Peningkatan satu unit Modal Usaha akan mendorong peningkatan Keberhasilan Usaha sebesar 0,078 unit.

Koefisien X_3 (Pendapatan Usaha) = 0,059: Peningkatan satu unit Pendapatan Usaha berkontribusi meningkatkan Keberhasilan Usaha sebesar 0,059 unit.

Koefisien X_4 (Inovasi Produk) = 0,045: Peningkatan satu unit Inovasi Produk berpotensi menaikkan Keberhasilan Usaha sebesar 0,045 unit.

Koefisien X_5 (Strategi Pemasaran) = 0,039: Peningkatan satu unit Strategi Pemasaran berpotensi menaikkan Keberhasilan Usaha sebesar 0,039 unit.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t (t-test) bertujuan untuk menguji apakah masing-masing variabel independen secara individual/parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen Keberhasilan Usaha (Y). Keputusan penerimaan hipotesis didasarkan pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ (jika Sig. < 0,05 maka pengaruh dinyatakan signifikan).

Variabel Penelitian	Coeff (B)	Std. Error	Beta	t Hitung	Sig	Keterangan
(constant)	-0,040	1,746	-	-0,020	0,887	Signifikan (Diterima)
Pengelolaan Keuangan (X1)	0,320	0,806	0,354	3,773	0,001	Signifikan (Diterima)
Modal Usaha (X2)	0,078	0,086	0,354	1,015	0,000	Signifikan (Diterima)
Pendapatan Usaha (X3)	0,059	0,085	0,050	1,201	0,000	Tidak Signifikan (Ditolak)
Inovasi Produk (X4)	0,045	0,084	0,089	0,540	0,550	Tidak Signifikan (Ditolak)
Strategi Pemasaran (X5)	0,039	0,082	0,053	0,592	0,555	Tidak Signifikan (Ditolak)

- 1. Pengaruh Pengelolaan Keuangan (X₁) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y):**
Variabel Pengelolaan Keuangan menghasilkan koefisien regresi B = 0,320, t-hitung = 3,773, dan p-value Sig. = 0,001 (< 0,05). Hal ini membuktikan bahwa Pengelolaan Keuangan berpengaruh positif dan sangat signifikan secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha. Pengelolaan arus kas yang cermat, pencatatan transaksi yang rapi, dan pemisahan keuangan pribadi dengan keuangan usaha terbukti menjadi pilar utama penentu keberhasilan operasional UMKM.
- 2. Pengaruh Modal Usaha (X₂) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y):**
Variabel Modal Usaha menghasilkan koefisien regresi B = 0,078, t-hitung = 1,015, dan p-value Sig. = 0,000 (< 0,05). Hasil statistik ini menunjukkan bahwa Modal Usaha berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Kecukupan modal awal maupun modal kerja memungkinkan UMKM menjaga ritme pasokan barang, memenuhi permintaan pasar, dan mengatasi fluktuasi biaya operasional.
- 3. Pengaruh Pendapatan Usaha (X₃) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y):** Variabel Pendapatan Usaha menghasilkan koefisien regresi B = 0,059, t-hitung = 1,201, dan p-value Sig. = 0,000 (< 0,05). Hal ini mengindikasikan bahwa Pendapatan Usaha berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Tingkat

aliran pendapatan yang stabil memberikan kebebasan finansial bagi pelaku usaha untuk melakukan reinvestasi dan memperbesar kapasitas usahanya.

4. Pengaruh Inovasi Produk (X_4) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y):

Variabel Inovasi Produk memiliki nilai t-hitung = 0,540 dengan nilai Sig. = 0,550 (> 0,05). Hal ini berarti secara parsial Inovasi Produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada sampel penelitian ini. Fenomena ini dimungkinkan terjadi karena sebagian besar UMKM yang diteliti berfokus pada produk komoditas dasar/kebutuhan harian yang mengutamakan konsistensi harga dan ketersediaan stok dibandingkan pembaruan fitur inovatif secara terus-menerus.

5. Pengaruh Strategi Pemasaran (X_5) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y):

Variabel Strategi Pemasaran menghasilkan nilai t-hitung = 0,592 dengan nilai Sig. = 0,555 (> 0,05). Artinya, secara parsial Strategi Pemasaran tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar UMKM sampel masih mengandalkan saluran pemasaran konvensional berbasis pelanggan lokal atau hubungan word-of-mouth (mulut ke mulut), sehingga variasi formal pada strategi promosi belum memberikan dampak pembeda yang signifikan terhadap capaian performa bisnis secara mendasar.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F (F-test) dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas (Pengelolaan Keuangan, Modal Usaha, Pendapatan Usaha, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat Keberhasilan Usaha (Y).

Model	Sum Of Squares	df	Mean Square	F Hitung	Sig
Regression	323,637	6	99,909	43,951	0,000 ^b
Residual	326,953	94	3,336	-	-
Total	686,590	100	-	-	-

Berdasarkan uji statistik ANOVA di atas, diperoleh nilai F-hitung sebesar **43,951** dengan tingkat signifikansi p-value sebesar **0,000** (< 0,05). Angka ini membuktikan bahwa secara bersama-sama (simultan), Pengelolaan Keuangan (X_1), Modal Usaha (X_2), Pendapatan Usaha (X_3), Inovasi Produk (X_4), dan Strategi

Pemasaran (X_5) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Sinergi gabungan dari aspek manajemen keuangan, modal, pendapatan, produk, dan promosi secara kolektif menjadi penentu utama dalam mendorong keberhasilan UMKM.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase variasi variabel terikat (Keberhasilan Usaha) yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel-variabel bebas di dalam model regresi ini.

Nilai Korelasi (R)	R Square	df	Mean Square
0,703	0,495	0,474	1,850

Nilai Korelasi Multipel (R) = 0,703: Menunjukkan bahwa hubungan linear antara kelima variabel independen secara bersama-sama dengan variabel Keberhasilan Usaha berada dalam kategori hubungan yang kuat.

Nilai R Square (R^2) = 0,495: Mengindikasikan bahwa sebesar 49,5% variasi atau naik-turunnya Keberhasilan Usaha UMKM dipengaruhi dan dijelaskan secara langsung oleh gabungan lima variabel independen (Pengelolaan Keuangan, Modal Usaha, Pendapatan Usaha, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran).

Faktor Luar Model = 50,5%: Sisa kontribusi sebesar 50,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar cakupan model penelitian ini, seperti faktor kepemimpinan/jiwa kewirausahaan, regulasi pemerintah, persaingan teknologi, lokasi fisik spesifik, maupun kondisi makro ekonomi.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan keuangan, modal usaha, pendapatan usaha, inovasi produk, dan strategi pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro sektor kuliner di Kota Bima. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan usaha merupakan hasil dari keterpaduan berbagai faktor internal yang saling mendukung dalam menjaga keberlangsungan dan perkembangan usaha. Secara parsial, pengelolaan keuangan, modal usaha, dan pendapatan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pengelolaan keuangan yang baik mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengatur arus kas, melakukan pencatatan secara tertib, serta mengambil keputusan yang lebih tepat. Sementara itu,

modal usaha yang memadai dan pendapatan yang stabil menjadi unsur penting dalam menunjang operasional, meningkatkan kapasitas produksi, serta memperkuat daya saing usaha mikro kuliner.

Adapun inovasi produk dan strategi pemasaran dalam penelitian ini belum menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keberhasilan usaha. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pada sampel penelitian, pelaku usaha masih cenderung mengandalkan pendekatan usaha konvensional. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan inovasi produk, optimalisasi strategi pemasaran, serta penguatan literasi kewirausahaan agar usaha mikro kuliner di Kota Bima dapat berkembang secara lebih kompetitif, adaptif, dan berkelanjutan.

REFERENCES

- Mulyono, H., & Rolando, B. (2024). Savoring The Success: Cultivating Innovation And Creativity For Indonesian Culinary MSMEs Growth. *Economics and Business Journal (ECBIS)*, 2(4), 413–428. <https://doi.org/10.47353/ecbis.v2i4.142>
- Naim, S. (2024). The Effect of Financial Management Quality, Product Innovation, and Digital Marketing on Micro Business Growth in the Jakarta Culinary Sector. *West Science Business and Management*, 2(01), 9–18. <https://doi.org/10.58812/wsbm.v2i01.734>
- Nalvia, N. (2025). *Pengaruh pelatihan kewirausahaan dan integritas media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM di kota Palopo*.
- Nasrudin, M. F. (2023). Peran kreatifitas dan inovasi dalam diversifikasi produk terhadap pengembangan bisnis makana dalam perspektif ekonomi islam. In *Journal of Engineering Research*.
- Pammai, A., Paridy, A., & Todingbua, M. A. (2025). Financial Sustainability of Culinary SMEs: Examining the Role of Working Capital and Liquidity in Makassar. *Journal of Marketing Management and Innovative Business Review*, 3(1), 29–35. <https://doi.org/10.63416/mrb.v3i1.303>
- Putri, A. R., & Husna, F. K. (2024). Financial management analysis of Culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 4(1), 68–78. <https://doi.org/10.53088/jerps.v4i1.858>
- Rahayu, C. W. E., & Rahmawati, C. H. T. (2022). Financial Management Of Msme In Culinary Industry According To Demographics And Financial Literacy. *Journal of Management and Business Environment (JMBE)*, 4(1), 82–99. <https://doi.org/10.24167/jmbe.v4i1.4626>
- Risca Ratanasari, Supriyadi Hadi Suwarno, Lilis Mawarida, & Dyah Palupiningtyas. (2026). Financial Management Strategies Driving Revenue Growth in Local Culinary Tourism. *TourEcon: International Journal of Tourism and*

- Economic Studies*, 3(1), 01–24. <https://doi.org/10.55606/tourecon.v3i1.63>
- Sartika, J., & Mokodompit, E. A. (2024). Almufi Jurnal Sosial dan Humaniora Kinerja Dinas Perpustakaan dan Kearsipan. *Almufi Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 37–43.
- Wibowo, E., & Widayat, B. C. (2023). FINANCIAL PERFORMANCE OF CULINARY MSMEs IN JEBRES DISTRICT, SURAKARTA CITY BASED ON FINANCIAL LITERACY, FINANCIAL INCLUSION, AND FINANCIAL TECHNOLOGY. *Marginal Journal of Management Accounting General Finance and International Economic Issues*, 2(2), 607–617. <https://doi.org/10.55047/marginal.v2i2.656>
- Yaqin, M. A., Shofian, D. E., & Stybudi, B. (2026). Analisis Rasio Profitabilitas sebagai Alat untuk Mengukur Kinerja Keuangan pada UMKM SW Group Magelang. *Journal Social Society*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.54065/jss.6.1.2026.911>
- Yudianto, A. (2025). Financial Management Strategy of Culinary Msmes in Responding To Economic Instability: a Case Study in Amuntai Selatan Sub-District. *Journal of Development Administrations Thinking Understand: Public and Business Administration (DATU)*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.36658/datu.v2.i1.1290>