



Nur Wildha¹

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF SUBSEKTOR KULINER KERUPUK BAWANG PUTIH DI DESA PEMATANG SETRAK

Abstrak

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Kota Pematang Setrak, dimana rendahnya tingkat keuangan, kemiskinan, rendahnya tingkat pendidikan memerlukan perhatian dan partisipasi dari berbagai pihak, baik pemerintah setempat, daerah dan lembaga pendidikan khususnya, salah satu solusi yang dapat diberikan adalah dengan melakukan program "Pengembangan Ekonomi Kreatif " bagi masyarakat di Desa Pematang Setrak. Peningkatan ekonomi kreatif diharapkan dapat memberikan kemampuan kepada masyarakat setempat agar dapat mempunyai pilihan untuk mencari pekerjaan bagi dirinya dan orang lain secara finansial dengan melahirkan pemikiran-pemikiran kreatif dengan segala kemampuan yang dimiliki subsektor kuliner yang ada saat ini. Perbaikan ini direncanakan sebagai upaya agar individu dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan memperoleh berbagai jenis pendapatan subsektor kuliner kerupuk bawang putih. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, Sementara itu, objek eksplorasi menjadi variabel yang akan direnungkan. Untuk situasi ini faktor-faktor yang diperiksa yaitu Ekonomi Kreatif (X1) subsektor kuliner (X2) kerupuk bawang putih (Y). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Ekonomi kreatif (X₁), Subsektor kuliner (X₂) berdampak pada rasa asin bawang putih. Artinya spekulasi dalam penelitian ini dapat diterima, dibuktikan dengan F hitung > F tabel (17,942 > 3,09). Variabel ekonomi inovatif (X1), subsektor kuliner (X2) mampu memberikan kontribusi pengaruh terhadap variabel asin bawang putih sebesar 27%. sedangkan sisanya sebesar 73% dipengaruhi oleh berbagai faktor yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, UMKM, Subsektor, Kerupuk Bawang Putih

Abstract

To overcome the problems faced by the people of Pematang Setrak City, where low levels of finances, poverty, low levels of education require attention and participation from various parties, both local and regional governments and educational institutions in particular, one solution that can be provided is to carry out a program " Creative Economy Development "for the community in Pematang Setrak Village. It is hoped that increasing the creative economy can provide local communities with the ability to have the option to find work for themselves and others financially by giving birth to creative thoughts with all the capabilities that the culinary subsector currently has. This improvement is planned as an effort so that individuals can fulfill their daily needs by obtaining various types of income in the garlic crackers culinary subsector. This research uses quantitative research methods. Meanwhile, the object of exploration is the variable to be considered. For this situation, the factors examined are the Creative Economy (X1), the culinary subsector (X2), garlic crackers (Y). The results of this research show that the

¹ Universitas Al-Washliyah (UNIVA)
 nurwilda723@gmail.com

creative economy variables (X1), culinary subsector (X2) have an impact on the salty taste of garlic. This means that the speculation in this research can be accepted, proven by calculated $F > F$ table ($17.942 > 3.09$). Innovative economic variables (X1), culinary subsector (X2) were able to contribute an influence to the salted garlic variable by 27%. while the remaining 73% was influenced by various factors not analyzed in this study.

Keywords: Creative Economy, MSMEs, Subsectors, Garlic Crackers.

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan berbagai industri mulai mengembangkan diri dengan memanfaatkan berbagai teknologi dan data, salah satunya ialah industri yang bergerak dibidang ekonomi kreatif (Ekraf). Ekraf memanfaatkan kekayaan intelektual dan kreativitas manusia untuk menciptakan suatu barang dengan nilai tambah yang lebih besar. Dengan kondisi bonus demografi di Indonesia yang diproyeksikan terjadi hingga tahun 2030, Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan Ekraf melalui banyaknya generasi muda yang produktif.

Kekayaan lokal yang sangat besar menjadi pendorong utama tumbuhnya ekonomi kreatif Indonesia, dan ciri-ciri ekonomi kreatif itu sendiri memberikan nilai tambah bagi perekonomian nasional dapat menjadi solusi saat ini. Pada saat sektor utama perekonomian Indonesia yaitu Sektor Industri sedang mengalami pertumbuhan yang cenderung stagnan, dan kontribusi sektor utama mengalami penurunan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia maka ekonomi kreatif dapat menjadi solusi.

Sampai dengan tahun 2015, pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) secara tren total memang mengalami kenaikan. Akan tetapi satu hal yang menjadi penting untuk dilihat dan diperhatikan bahwa kontribusi sektor industri dalam perekonomian Indonesia mengalami penurunan kontribusi terhadap total PDB. Jika pada tahun 2010 kuartal 1 memberikan kontribusi sektor industri terhadap PDB total adalah sebesar 22,24 persen.

Dengan mengetahui faktor apa saja yang secara signifikan dapat mempengaruhi output produksi ekonomi kreatif, diharapkan pemerintah dan para pelaku Ekraf dapat menyusun strategi yang tepat dalam menjalankan usaha Kuliner Kreatif. Dengan penyusunan strategi yang tepat, dan pemanfaatan faktor produksi yang efektif serta efisien, usaha Kuliner Kreatif akan dapat memberikan hasil produksi yang optimal.

Warga Desa Pematang Setrak yang mungkin dianggap hidup dalam tingkat ekonomi rendah, juga mengalami permasalahan yang dihadapi pemerintah daerah. Jika saja pemerintah fokus memaksimalkan potensi ekonomi kreatif (ekraf), niscaya akan mengubah cara pandang masyarakat yang satu-satunya sumber pendapatannya adalah pekerjaannya sebagai petani atau penggarap atau peternak. Pemerintah berharap dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pemberdayaan masyarakat lokal.

Masyarakat hendaknya dapat merasakan manfaat langsung dari fokus pemerintah Kabupaten Serdang Bedagai dalam memberdayakan wilayah sekitar Desa Pematang Setrak dalam hal perluasan ekonomi kreatif (ekraf). Pemerintah, serta seluruh masyarakat, khususnya masyarakat, harus menghadapi permasalahan ini pada Desa Pematang Setrak dengan memberikan dukungan individu berupa pengetahuan dan pendanaan berupa pelatihan kewirausahaan (entrepreneurship) dan modal usaha agar mereka dapat meningkatkan taraf hidupnya dan mengubah sikapnya dari ketergantungan pada industri pertanian/perkebunan.

Salah satu cara untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi warga Desa Pematang Setrak adalah dengan melaksanakan program tersebut. Hal ini menjadi salah satu solusi yang bisa ditawarkan karena rendahnya tingkat perekonomian, kemiskinan, dan rendahnya tingkat pendidikan yang dihadapi warga tersebut "Pengembangan Ekonomi Kreatif " bagi masyarakat di Desa Pematang Setrak.

Dengan memanfaatkan seluruh potensi industri kuliner, pertumbuhan ekonomi kreatif bertujuan untuk memberikan masyarakat keterampilan yang dibutuhkan agar mampu menciptakan lapangan kerja secara ekonomi bagi dirinya dan orang lain. Tujuan dari pembangunan ini adalah untuk menyediakan sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat

yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka pada subsektor kuliner kerupuk bawang putih.

Jika sebuah perusahaan tidak dapat mempromosikan produknya secara efektif, maka perusahaan tersebut akan gagal. Tidak peduli seberapa baik suatu bisnis dikelola, jika tidak dapat mempromosikan produk dan jasanya secara efektif, maka bisnis tersebut akan gagal, maka mampu meningkatkan volume penjualan, dan meningkatkan minat pelanggan dalam mendukung UMKM, maka perusahaan mempunyai kesempatan untuk melanjutkan operasinya.

Berangkat dari uraian di atas, timbul keinginan penulis untuk mengangkat lebih jauh dalam bentuk skripsi dengan judul: “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner Kerupuk Bawang Putih Di Desa Pematang Setrak”)

LANDASAN TEORI EKONOMI KREATIF

Menurut Rochmat Aldy Purnomo, (2016:6-8) ekonomi kreatif adalah ide untuk mengakui perbaikan moneter praktis dalam imajinasi. Kemudian lagi, ekonomi inovatif juga diartikan sebagai produksi nilai tambah (moneter, sosial, sosial, ekologi) dalam kaitannya dengan pemikiran yang dibawa ke dunia dari imajinasi HR (individu inventif) dan dalam kaitannya dengan pemanfaatan informasi, termasuk warisan sosial dan inovasi. Inovasi tidak terbatas pada karya seni dan budaya, namun juga dapat didasarkan pada ilmu pengetahuan dan inovasi, perancangan dan komunikasi penyiaran. Ada tiga hal sentral yang menjadi landasan ekonomi imajinatif, antara lain inovasi, kemajuan, dan keterbukaan. Perekonomian inovatif adalah lingkungan yang memiliki hubungan terkait antara rantai nilai inventif; iklim kemajuan (nurturance Climate); pasar dan pengarsipan.

Menurut Suryana, (2013:228) Ekonomi imajinatif pada dasarnya adalah suatu gerakan keuangan yang menitikberatkan pada penalaran inventif untuk membuat sesuatu yang baru dan berbeda yang mempunyai harga diri dan bersifat bisnis. Istilah ekonomi dan imajinatif bukanlah hal baru dalam berbagai perbincangan publik, namun dalam situasi tertentu kedua istilah ini telah menjadi tren baru-baru ini di bidang masalah keuangan. John Howkins mengatakan bahwa ekonomi imajinatif adalah gerakan finansial dimana informasi dan hasil adalah pemikiran. Tentunya yang tersirat dalam pemikiran di sini adalah sebuah karya yang unik dan dapat dijaga oleh HKI. Pakar keuangan Paul Romer mengatakan ide ekonomi imajinatif merupakan ide moneter di era moneter baru yang mempertinggi data dan kreativitas dalam mengandalkan pemikiran dan informasi dari Sumber Daya Manusia (HR) sebagai ciptaan utama dalam mempertimbangkan aktivitas keuangan.

Menurut Anggi Puspita Sari, et. al (2020:116) Ekonomi kreatif di Indonesia Hal ini mulai diketahui masyarakat umum sejak organisasi Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sekitar tahun 2004 setelah bangkitnya ASEAN Financial People Group (AEC). Kemudian dikembangkan lagi pada masa pemerintahan Presiden Joko Widodo, dan mulai dikembangkan dengan bantuan dari lembaga ekonomi kreatif (bekraf) yang membidangi industri kreatif. Peningkatan ekonomi kreatif industri kreatif saat ini masih dihadapkan pada berbagai tantangan dan hambatan, namun pemerintah tetap berupaya untuk mendukung pengembangan industri kreatif di Indonesia agar menjadi sektor penting yang dapat mengambil peran lebih besar. dalam perekonomian masyarakat, baik dalam hal komitmen terhadap PDB (Produk domestik bruto), penciptaan lapangan kerja, dan komoditas. Dengan gagasan ekonomi inovatif, sisi industrialisasi juga dapat diciptakan ke arah usaha-usaha kreatif. Bisnis imajinatif adalah industri yang menghasilkan hasil dari pemanfaatan daya cipta individu, kemampuan dan bakat untuk menambah harga diri, membuka pintu yang berharga dan bekerja pada kepuasan pribadi. Perekonomian kreatif sering kali dilihat sebagai gagasan umum yang juga populer di awal abad ke-21, khususnya Bisnis Inovatif.

Berdasarkan hipotesis di atas, cenderung beralasan bahwa ekonomi imajinatif adalah ide keuangan di masa moneter baru yang berfokus pada data dan inovasi dengan mengandalkan

pemikiran dan informasi berbeda dari SDM dan SDM sebagai kreasi fundamental menghitung perekonomian.

STRATEGI EKONOMI KREATIF

Kemunculan konsep ekonomi kreatif di era globalisasi ini, telah menggambarkan keprihatinan yang sah dari berbagai negara dalam melibatkan gagasan ini sebagai model pergantian moneter, tidak terkecuali Indonesia. Sebelum melangkah lebih jauh ke dalam model perbaikan keuangan yang imajinatif, ada baiknya kita melihat terlebih dahulu peraturan yang kita miliki sebagai penanda, khususnya Pasal 33 UUD 1945 yang menyatakan bahwa kerangka moneter Indonesia adalah menunjuk pada pemahaman kekuatan individu di bidang moneter. Dengan tiga standar dasar yang sering disebut sebagai perekonomian kelompok, yaitu sebagai berikut: (1) perekonomian diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan aturan keterhubungan; (2) bagian-bagian ciptaan yang penting bagi negara dan mempengaruhi hajat hidup banyak orang dibatasi oleh negara; terlebih lagi (3) bumi, air dan segala kekayaan yang terkandung di dalamnya dibatasi oleh negara dan dimanfaatkan untuk sebesar-besarnya kesejahteraan individu.

Pada tingkat fundamental, model dan kerangka moneter apa pun, termasuk membangun landasan bagi kerangka keuangan imajinatif berbasis pemikiran, tidak boleh mengabaikan aktivitas publik dalam berbagai strukturnya. Sebagai usulan untuk kerangka keuangan sosial-politik di Indonesia, sejumlah jalan mudah telah diusulkan untuk mengatasi kerentanan yang disebabkan oleh banjirnya perubahan di seluruh dunia, termasuk upaya untuk menyatukan ekonomi individu dan ekonomi pasar, sebagai jawaban terhadap penurunan perekonomian. lubang kaya-miskin sementara hanya melakukan sosialisasi aset saja.

FAKTOR-FAKTOR DAN STRATEGI

Dalam menjalankan usaha subsektor ekonomi pastilah banyak strategi dan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan suatu usaha didunia perekonomian nasional maupun internasional. Setidaknya ada beberapa faktor sekaligus strategi yang harus dipersiapkan oleh praktisi ekonomi kreatif subsektor kuliner ini, di antaranya, mempertahankan citra atau *image* perusahaan, meningkatkan fasilitas restoran, Menawarkan layanan pengantaran pesanan kepada pelanggan, meningkatkan kemampuan manajemen dan kerjasama tim untuk tujuan perusahaan, memanfaatkan kemajuan teknologi dalam pemasaran, melayani pangsa pasar menengah ke bawah dengan menawarkan paket atau porsi khusus, dan menjaga hubungan baik dengan pemasok atau lingkungan sekitar restoran adalah hanya beberapa tujuan.

Membangun landasan atau landasan sektor ekonomi kreatif yang dilakukan manusia di bidang kuliner yang menghasilkan barang atau jasa yang mempunyai nilai pasar, kemudian muis juga menyebutkan dampak positif dari ekonomi kreatif di subsektor kuliner ini, di antaranya adalah *pertama*, adanya kontribusi dalam peningkatan ekonomi, *kedua*, membuat iklim bisnis yang berurutan, *ketiga*, memberikan citra yang baik, *keempat*, mengembangkan sumber daya yang berkelanjutan, *kelima*, memiliki ide, gagasan dan kreativitas untuk mendapatkan nilai, *keenam*, rasa diri yang lebih baik dan toleransi sosial yang lebih baik.

KERUPUK BAWANG PUTIH

Tiga jenis UMKM yang masuk dalam klasifikasi UMKM Bank Dunia tahun 2015 adalah: (1) Usaha Mikro dengan jumlah karyawan sebanyak 10 orang, (2) Usaha Kecil dengan jumlah karyawan sebanyak 30 orang, dan (3) Usaha Menengah dengan jumlah karyawan sebanyak 300 orang. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM adalah usaha yang menyelenggarakan usaha kecil yang kepemilikannya dipegang oleh seseorang atau kelompok kecil yang tidak diketahui nilai kekayaan dan pendapatannya. Umkm kerupuk bawang putih ini termasuk kepada jenis umkm usaha mikro rumahan.

Nama UMKM dalam penelitian ini adalah “Kerupuk Bawang Putih Barakah”, usaha mikro rumahan ini beralamatkan di Dusun I Desa Pematang Setrak, Kecamatan Teluk Mengkudu, Kabupaten Serdang Bedagai. Usaha ini dimiliki oleh sepasang suami istri yaitu Bapak Rahmat dan Ibu Rayani, mereka menyebutnya usaha ini merupakan usaha rumahan atau

home industry. Berkaitan dengan asal usul nama usahanya yaitu “kerupuk bawang putih barakah” itu sendiri dinisbatkan kata berkah, agar usahanya bertambah kebaikannya. Jadi setiap proses usaha yang dirintis mendapatkan berkah, sehingga usaha ini sudah berjalan sejak 03 April 2019 dengan jumlah karyawan tetap sebanyak 10 orang. Proses pembuatan secara umum sederhana campuran tepung tapioka, tepung terigu, bawang putih, gula, garam, penyedap rasa, kemudian dicetak, dikukus, dijemur, dipotong, dijemur lagi yang kedua kalinya, dan akhirnya digoreng.

Usaha *home industry* ini telah memiliki izin usaha dari badan usaha dan kesehatan Kabupaten Serdang Bedagai, namun belum mengantongi sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) disebabkan beberapa faktor, di antaranya karena faktor usaha kerupuk bawang putih ini masih dalam tahap pengembangan, kemudian faktor modal yang belum cukup besar untuk mengurus sertifikat halal. Pada awalnya pemilik usaha kerupuk ini memiliki pekerjaan sebagai distributor makanan ringan, kemudian beliau mendapatkan musibah bangkrut ditambah lagi dengan adanya masalah keluarga pada saat itu.

MODEL PENELITIAN DAN HIPOTESIS

Hipotesis penelitian merupakan solusi jangka pendek terhadap masalah yang sedang diselidiki atau suatu penilaian atau kesimpulan yang, meskipun bersifat sementara, tidak sepenuhnya memenuhi syarat sebagai kesimpulan suatu tesis. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah bahwa adanya pengaruh subsektor kuliner Kerupuk Bawang Putih Barokah dalam perkembangan ekonomi di Desa Pematang Setrak, dan kuliner Kerupuk Bawang Putih Barokah memiliki strategi pemasaran dan pengembangan usaha yang mampu dapat dijadikan sebagai panduan dalam menjalankan usaha-usaha *home industry* di Desa Pematang Setrak.

Berdasarkan pada uraian poin di atas, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1. Diduga berpengaruh positif dalam peningkatan Umkm dengan adanya Ekonomi kreatif (Ekraf) di Desa Pematang Setrak.
- H2. Diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap usaha kuliner kerupuk bawang putih di Desa Pematang Setrak.
- H3. Diduga berpengaruh positif bersama-sama terhadap kerupuk bawang putih di Desa Pematang Setrak.

METODE

Variabel yang diteliti dijadikan sebagai objek penelitian dalam penelitian ini, yang menggunakan teknik penelitian kuantitatif. Faktor-faktor yang diselidiki dalam hal ini adalah Ekonomi Kreatif (X1) subsektor kuliner (X2) kerupuk bawang putih (Y). Penelitian ini dilaksanakan selama 6 (enam) bulan, terhitung bulan April 2022 sampai dengan Mei 2022. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 orang, dibulatkan menjadi 100 untuk mempermudah distribusi. Dengan demikian, 100 responden dipilih sebagai sampel dalam penyelidikan ini. Penyebaran kuesioner diberikan secara langsung ke pelaku UMKM. Memanfaatkan Teknik Sampel untuk ambilan teknik sampel aksidental (*accidental sampling*).

HASIL DAN PEMBAHASAN DEMOGRAFI PENELITIAN

Salah satu desa yang berada di Kecamatan Teluk Mengkudu, Kabupaten Serdang Bedagai, Desa Pematang Setrak memiliki luas total 670,64 hektar. Desa Pematang Setrak terdiri dari 8 dusun. Ibu kota kecamatan berjarak sekitar 7 km dari Desa Pematang Setrak, sedangkan ibu kota kabupaten berjarak sekitar 20 km. Desa Pematang Setrak berpenduduk 10.082 jiwa, meliputi 7.029 kepala keluarga dan 8 dusun. Desa Pematang Setrak sendiri di pimpin oleh Bapak Rustian Handoko, S.H. karna kurang tercapainya perekonomian yang kurang layak dan kurang nya kemajuan ekonomi di Desa Pematang Setrak ini selaku Kepala Desa beliau mempunyai cita-cita melanjutkan pembangunan dengan skala prioritas sarana sarana dan prasarana untuk mendongkrak ekonomi kerakyatan yang lebih bagus. gerakan peningkatan usaha mikro, kecil menengah (UMKM) untuk meningkatkan penghasilan masyarakat yang lebih

baik. Menata *Eco* wisata pertanian yang merupakan skala strategis dalam peningkatan pendapatan asli daerah (PAD). Dalam cita-cita yang ingin di wujudkan oleh Bapak Rustian Handoko, S.H. agar bisa seimbang dengan kondisi masyarakat Desa Pematang Setrak yang merupakan desa yang sebagian besar penduduk nya pelaku UMKM. Tersebar ± 265 Pelaku UMKM yang tersebar di Desa Pematang Setrak mulai dari dusun 1 sampai dengan dusun 8. Sebagian penduduk memulai usahanya dengan gerobak-gerobak kecil, kedai kelontong, warung kopi, juga beberapa industri rumahan seperti pabrik tempe, pabrik gula merah, pabrik dodol, pabrik arang dan termasuk pabrik kerupuk Bawang putih barokah. Tidak hanya sendiri Bapak Rustian Handoko, S.H. juga selalu bersma dengan Ibu Mashita, Ibu Marlina Lubis, S.E, Bapak Zaky, S.Kom dan Ibu Elly, S.Pd selaku Perangkat Desa yang selalu membersamai Bapak Rustian Handoko, S.H. dan masyarakat dalam membantu dalam peningkatan ekonomi masyarakat Desa Pematang Setrak.

HASIL REGRESI LINIER BERGANDA

Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel dinawah ini :

Tabel 4.41.
Coefficients
Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.749	4.842		2.633	.010		
	Ekonomi kreatif	.384	.091	.366	4.220	.000	.999	1.001
	Subsektor kuliner	.302	.069	.382	4.402	.000	.999	1.001

a. Dependent Variable: KERUPUK_BAWANG_PUTIH Y

Sumber: Output SPSS Versi 16.0, data diolah 2022

Diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 12,749 + 0.384 X_1 + 0.302 X_2 + e$$

1. Konstanta (a) = 12.749 menunjukkan nilai konstanta, dimana jika variabel independen = 0 maka variabel dependen 12.749 , artinya apabila Ekonomi kreatif.subsektor kuliner tidak ada dan kerupuk bawang putih tetap bernilai 12.749 .
2. Koefisien regresi variabel lokasi (X1) = 0.384 menunjukkan bahwa Ekonomi kreatif berpengaruh positif terhadap kerupuk bawang putih di Desa Pematang Setrak, sehingga apabila ekonomi kreatif dinaikkan sebesar 1 satuan maka kerupuk bawang putih akan naik sebesar 0,384.
3. Koefisien regresi variabel harga (X2) = 0,302 menunjukkan bahwa Subsektor kuliner berpengaruh positif terhadap kerupuk bawang putih di Desa Pematang Setrak, sehingga apabila harga dinaikkan sebesar I satuan maka kerupuk bawang putih akan naik sebesar 0,302.

HASIL UJI HIPOTESIS SECARA PARSIAL (UJI t)

Pada tabel *Coefficients* diperoleh juga nilai t hitung. Nilai t hitung. Hal ini kemudian dikontraskan dan t tabel bernilai pada a = 0,05, pada t tabel bernilai df (n-k) dimana adalah kuantitas tes dan k adalah kuantitas faktor. Baik faktor otonom maupun faktor bawahan, maka pada titik tersebut 100-3 = 97. Pada df 97 dengan a = 0,05 nilai t tabel adalah 1,660.

Nilai t hitung variabel ekonomi kreatif (X₁) adalah sebesar 4,220 dengan demikian t hitung > tabel, maka yang berarti bahwa variabel Ekonomi kreatif (X₁) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kerupuk bawanh putih di Desa Pematang Setrak.

Nilai t hitung variabel subsektor kuliner (X_2) adalah sebesar 4,402, dengan demikian t hitung $>$ t tabel, yang berarti bahwa variabel subsektor kuliner (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kerupuk bawang putih di Desa Pematang Setrak.

HASIL UJI HIPOTESIS SECARA SIMULTAN (Uji F)

Anova atau analisis Variasi merupakan uji koefisien relaps gabungan (uji F) untuk menguji makna pengaruh beberapa faktor otonom terhadap variabel dependen. Efek samping dari uji F dapat dilihat pada tabel terlampir:

Tabel 4.42.

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	493.019	2	246.510	17.942	.000 ^a
Residual	1332.741	97	13.740		
Total	1825.760	99			
a. Predictors: (Constant), EKONOMI_KREATIF_SUBSEKTOR_KULINER					
b. Dependent Variable: KERUPUK_BAWANG_PUTIH_Y					

Sumber: Output SPSS Versi 16.0, data diolah 2022

Pada tabel Anova^b diperoleh nilai F hitung sebesar 17.942 sedangkan nilai F tabel sebesar 3.09. Dengan demikian F hitung $>$ F tabel artinya variabel ekonomi kreatif dan subsektor kuliner secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kerupuk bawang putih di desa Pematang setrak.

HASIL UJI KOEFSIEN DETERMINASI (R²)

Koefisien detreminasi (R²) hasil regresi dapat dilihat pada tabel seperti bawah ini :

Tabel 4.43.

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.520 ^a	.270	.255	3.70670	2.482
a. Predictors: (Constant), EKONOMI_KREATIF_SUBSEKTOR_KULINER					
b. Dependent Variable: KERUPUK_BAWANG_PUTIH_Y					

Sumber: Output SPSS Versi 16.0, data diolah 2022

Nilai koefisien determinan (R²) hasil regresi terbesar yaitu 0,270 artinya bahwa variabel ekonomi kreatif dan subsektor kuliner memberikan kontribusi pengaruh terhadap kerupuk bawang putih di Desa Pematang Setrak. Sebesar 27% . Hasil ini merupakan hasil dari (R² X 100%), sedangkan sisanya 73% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Dari Hasil penelitian yang telah dibahas dengan mengolah data dan kuesioner dan menggunakan beberapa pengujian dspst di tsrik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial, variabel Ekonomi kreatif (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kerupuk bawang putih, terbukti dari nilai t hitung $>$ t tabel (4,220 $>$ 1,660).
2. Secara parsial, variabel Subsektor kuliner (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kerupuk bawang putih ,terbukti dari nilai t hitung $>$ t tabel (4,402 $>$ 1,660).
3. Subsektor kuliner (X_2) dan faktor ekonomi kreatif (X_1) sama-sama mempunyai pengaruh yang besar terhadap kerupuk bawang putih secara bersamaan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian benar, ditunjukkan dengan nilai F hitung $>$ F tabel (17,942 $>$ 3,09).
4. Variabel subsektor kuliner (X_2) dan ekonomi kreatif (X_1) masing-masing mampu memberikan pengaruh sebesar 27% terhadap variabel kerupuk bawang putih. sedangkan faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini berdampak pada 73% sisanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggi Puspita Sari, Dkk, 2020. *Ekonomi Kreatif*, (Medan : Yayasan Kita Menulis).
- Asrori Ahmad, 2021. *Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Masa Pandemi Di Blitar*, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Dita Putri Yunitasari, Dkk, 2019. “Pengaruh Tingkat Investasi Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner Di Kediri”, *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*.
- Ghalib Agfa Polnaya. 2015, “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Ukm Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati, Jawa Tengah”, Skripsi Sebagai Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana. Semarang : Universitas Diponegoro Semarang.
- Ircham Machfoedz. 2010. *Metodologi Penelitian (Kuantitatif & Kualitatif)*. Penerbit Fitramaya. Yogyakarta.
- Joko Subagyo. 2007. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Lazuardi Dan Triady. 2005, *Ekonomi Kreatif : Rencana Pengembangan Kuliner Nasional*. (Jakarta : Pt. Republik Solusi) *Jurnal*.
- Metasari Kartika, Dan Hendarmin, 2018. “Pemetaan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner Di Kota Pontianak” *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol,7, No.1, *Jurnal*.
- Moh. Nazir. 2014. *Metode Penelitian*. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Muis, 2019. “Sustainable Competitive Advantage Ekonomi Kreatif Indonesia Dalam Dinamika Perdagangan Internasional”. Deepublish Publisher.
- Nursalina, 2018. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Makassar”. Makassar.
- Ratna Purwaningsih, 2015. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Metode Structural Equation Modeling” *Prosiding SNST*. Semarang.
- Rochmat Aldy Purnomo, 2016. *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. (Surakarta : Ziyad Visi Media,)
- Sugeng Santoso, 2021. *Analisis Pengembangan Platform Ekspor Subsektor Kuliner Tinjauan Dari Modal Sistem Inovasi*”, *Jurnal Distribusi*, Vol. 9, No 1.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suryana, 2013. *Ekonomi Kreatif (Ekonomi Baru : Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang)*”, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Sugiman, Sugiman. 2018, 7.1: 82-95. *Pemerintahan Desa*. Binamulia Hukum, *Jurnal*
- Widodo Widiyanto, 2019. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Indonesia*”, Skripsi Strata Satu Untuk Mendapat Gelar Sarjana. Malang : Universitas Brawijaya.
- Widyastuti. 2012. *Analisis Hubungan Antara Produktivitas Pekerja dan Tingkat Pendidikan Pekerja Terhadap Kesejahteraan Keluarga Di Jawa Tengah Tahun 2009*. *Jurnal*.
- Yendri Nazir. 2019. “Peranan Kepala Dusun Dalam Membantu Tugas Kepala Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar”, *Jurnal Ilmu Administrasi Publik* Vol. 5, No.2
- Yohan Fitriadi, 2021. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner Di Kota Padang*, *Jurnal Ekob*