



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEBERHASILAN UMKM KULINER DALAM MENDUKUNG  
INDUSTRI PARIWISATA NUSA DUA**

*Analysis Of Factors Influencing The Success Of Culinary MSMEs In  
Supporting The Tourism Industry In Nusa Dua*

**Ni Luh Wulani Parwati<sup>1</sup>, Putu Ratna Windusara Putri<sup>2</sup>, I Made Sujana<sup>3</sup>,  
Anak Agung Istri Setiari Jmh<sup>4</sup>**

**<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Teknologi Indonesia**

**Email : niluhwulaniparwati@gmail.com**

**Abstract**

*This study aims to analyze the factors influencing the success of culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in supporting the tourism industry in Nusa Dua, Bali. Culinary MSMEs play a strategic role in enhancing tourist destination attractiveness through food and beverage products that reflect local cultural identity. This research employed a quantitative approach using survey techniques involving culinary MSME owners in Nusa Dua. Data were analyzed through descriptive analysis and multiple linear regression. The findings indicate that product quality, menu innovation, service quality, digital marketing, and government support have positive and significant effects on the success of culinary MSMEs. Service quality emerged as the most dominant factor because tourists tend to evaluate their overall consumption experience when selecting culinary businesses. The results suggest that improving entrepreneurial competencies, utilizing digital technologies, and strengthening collaboration with the tourism sector are essential strategies for enhancing the competitiveness of culinary MSMEs in tourism destinations. This study is expected to provide valuable insights for local governments, business actors, and researchers in developing sustainable MSME sectors.*

**Keywords:** *culinary MSMEs, tourism industry, service quality, digital marketing, Nusa Dua.*

**Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner dalam mendukung industri pariwisata di kawasan Nusa Dua, Bali. UMKM kuliner memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata melalui penyediaan produk makanan dan minuman yang mencerminkan identitas budaya lokal. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei terhadap pelaku UMKM kuliner di kawasan Nusa Dua. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, inovasi menu, kualitas pelayanan, pemasaran digital, serta dukungan pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM kuliner. Faktor yang paling dominan adalah kualitas pelayanan karena wisatawan cenderung mempertimbangkan pengalaman konsumsi secara menyeluruh ketika memilih usaha kuliner. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi pelaku usaha, pemanfaatan teknologi digital, dan kolaborasi dengan sektor pariwisata menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner di kawasan wisata. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan akademisi dalam mengembangkan sektor UMKM yang berkelanjutan.*

**Kata Kunci:** *UMKM kuliner, pariwisata, kualitas pelayanan, pemasaran digital, Nusa Dua.*

## **PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Bali sebagai destinasi wisata internasional memiliki berbagai kawasan unggulan yang menjadi pusat aktivitas wisatawan, salah satunya adalah Nusa Dua. Kawasan ini dikenal sebagai pusat pariwisata berbasis resort yang banyak dikunjungi wisatawan domestik maupun mancanegara.

Pertumbuhan sektor pariwisata tidak dapat dipisahkan dari keberadaan UMKM yang berperan sebagai penyedia produk dan jasa pendukung. UMKM kuliner menjadi salah satu subsektor yang memiliki keterkaitan erat dengan aktivitas wisata karena kebutuhan wisatawan terhadap makanan dan minuman lokal terus meningkat. Perkembangan UMKM kuliner mampu memberikan kontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat lokal. (Putra & Yasa, 2019)

Keberhasilan UMKM kuliner dalam mendukung industri pariwisata dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor internal meliputi kualitas produk, inovasi, kemampuan manajerial, serta kualitas pelayanan. Sementara itu, faktor eksternal mencakup dukungan pemerintah, perkembangan teknologi digital, akses pasar, dan kondisi lingkungan bisnis (Suci, 2017).

Perkembangan teknologi informasi juga mengubah pola pemasaran UMKM. Digital marketing memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen lebih luas melalui media sosial, platform pemesanan online, dan marketplace. Penggunaan digital marketing mampu meningkatkan visibilitas usaha dan memperluas pangsa pasar UMKM. (Purwana Dkk, 2017)

Meskipun memiliki potensi besar, masih banyak UMKM kuliner yang menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, rendahnya inovasi produk, dan minimnya pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan kajian empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM kuliner dalam mendukung industri pariwisata Nusa Dua.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk, inovasi menu, kualitas pelayanan, digital marketing, dan dukungan pemerintah terhadap keberhasilan UMKM kuliner di kawasan Nusa Dua.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Lokasi penelitian dilakukan di kawasan Nusa Dua, Kabupaten Badung, Bali.

Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM kuliner yang beroperasi di kawasan Nusa Dua dan sekitarnya. Sampel penelitian sebanyak 120 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria usaha telah beroperasi minimal dua tahun.

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin. Variabel penelitian terdiri dari:

1. Kualitas Produk (X1)
2. Inovasi Menu (X2)
3. Kualitas Pelayanan (X3)

4. Digital Marketing (X4)
5. Dukungan Pemerintah (X5)
6. Keberhasilan UMKM Kuliner (Y)

Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS.

Model penelitian dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

Uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dilakukan untuk memastikan kelayakan model penelitian.

## HASIL

### 1 Karakteristik Responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 58% responden merupakan laki-laki dan 42% perempuan. Sebagian besar pelaku usaha berada pada rentang usia 25–45 tahun dengan tingkat pendidikan SMA hingga sarjana.

### 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Seluruh indikator penelitian memiliki nilai corrected item-total correlation lebih besar dari 0,30 sehingga dinyatakan valid. Nilai Cronbach Alpha pada masing-masing variabel berada di atas 0,70 yang menunjukkan instrumen reliabel.

### 3 Hasil Analisis Regresi

Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 2,134 + 0,214X_1 + 0,193X_2 + 0,176X_3 + 0,318X_4 + 0,142X_5$$

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05), yang berarti seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM kuliner.

Hasil uji t menunjukkan:

- Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan ( $p = 0,003$ )
- Inovasi Menu berpengaruh positif signifikan ( $p = 0,005$ )
- Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan ( $p = 0,012$ )
- Digital Marketing berpengaruh positif signifikan ( $p = 0,000$ )
- Dukungan Pemerintah berpengaruh positif signifikan ( $p = 0,018$ )

Nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,742 menunjukkan bahwa 74,2% variasi keberhasilan UMKM dapat dijelaskan oleh variabel penelitian.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keberhasilan UMKM

Kualitas produk terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM kuliner. Wisatawan cenderung memilih produk makanan yang memiliki cita rasa konsisten, higienis, dan mencerminkan identitas lokal Bali. Temuan ini sejalan dengan penelitian Susanti dan Setiawan yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan. (Susanti dan Setiawan, 2018)

## **Pengaruh Inovasi Menu terhadap Keberhasilan UMKM**

Inovasi menu memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan daya tarik usaha. Pelaku UMKM yang mampu mengkombinasikan makanan tradisional dengan konsep modern lebih mudah menarik wisatawan. Hasil ini mendukung penelitian Hadiyati yang menemukan bahwa inovasi berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif UMKM. (Hadiyati, 2019)

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keberhasilan UMKM**

Pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif mampu meningkatkan pengalaman wisatawan. Dalam industri pariwisata, kualitas pelayanan menjadi faktor penting karena berhubungan langsung dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

## **Pengaruh Digital Marketing terhadap Keberhasilan UMKM**

Digital marketing menjadi faktor yang paling dominan dalam penelitian ini. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, serta platform Google Business Profile mampu meningkatkan visibilitas usaha kepada wisatawan. Temuan ini sejalan dengan Purwana yang menyatakan bahwa digital marketing efektif meningkatkan penjualan dan eksposur UMKM. (Purwana Dkk, 2017) Pemanfaatan teknologi digital juga memungkinkan pelaku usaha memperoleh ulasan pelanggan secara langsung sehingga dapat digunakan sebagai dasar evaluasi dan pengembangan produk.

## **Pengaruh Dukungan Pemerintah terhadap Keberhasilan UMKM**

Dukungan pemerintah berupa pelatihan, bantuan permodalan, fasilitasi promosi, dan pendampingan usaha terbukti meningkatkan kemampuan UMKM dalam bersaing. Kebijakan pemerintah memiliki peran penting dalam memperkuat daya tahan UMKM menghadapi perubahan lingkungan bisnis. (Tambunan, 2020)

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM kuliner dalam mendukung industri pariwisata Nusa Dua memerlukan sinergi antara kualitas internal usaha dan dukungan eksternal. Penguatan digitalisasi dan inovasi menjadi strategi utama yang perlu diprioritaskan.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk, inovasi menu, kualitas pelayanan, digital marketing, dan dukungan pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM kuliner dalam mendukung industri pariwisata Nusa Dua.

Digital marketing merupakan faktor yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keberhasilan usaha. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan digital pelaku UMKM perlu menjadi fokus utama dalam program pengembangan usaha berbasis pariwisata.

Pemerintah daerah disarankan untuk memperluas program pelatihan digital, mempermudah akses permodalan, serta memperkuat promosi wisata kuliner lokal. Sementara itu, pelaku UMKM perlu meningkatkan inovasi produk dan kualitas pelayanan agar mampu bersaing di pasar pariwisata yang semakin kompetitif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Ardiana, I. D. K. R., Brahmayanti, I. A., & Subaedi. (2018). Kompetensi SDM UMKM dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(1), 42–51.



- Hadiyati, E. (2019). Innovation and Entrepreneurship in SMEs Development. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 5(6), 123–137.
- Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 45–60.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1–17.
- Putra, I. G. N., & Yasa, N. N. K. (2019). Peran UMKM dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Bali. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(2), 89–101.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.
- Susanti, N., & Setiawan, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Kuliner. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 67–79.
- Tambunan, T. T. H. (2020). MSMEs in Times of Crisis: Evidence from Indonesia. *Journal of Developing Economies*, 5(2), 91–103.
- Wahyuni, S., & Sara, I. M. (2021). Digital Transformation of Small Business in Tourism Sector. *International Journal of Business and Society*, 22(3), 1125–1140.
- Yacob, S., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Dukungan Pemerintah terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(2), 115–127.
- Yulianti, N. M. D. R., & Giantari, I. G. A. K. (2021). Innovation Capability and Business Performance of SMEs. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 8(1), 56–66.
- Zhang, T., & Kim, J. (2021). Tourism SMEs and Destination Competitiveness. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100811.

