

PENGARUH BUSINESS COACHING CLINIC DAN KEMITRAAN BISNIS TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI KELURAHAN CIPADUNG KECAMATAN CIBIRU KOTA BANDUNG

**Fauzan Baharuddin¹, Endang Jumali², Deni Kamaludin Yusup³,
Dadang Husen Sobana⁴, Suhendi⁵**

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: fauzanbaharuddin@gmail.com

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: endang.jumali@uinsgd.ac.id

³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: dkyusups@uinsgd.ac.id

⁴ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: dadanghusensobana@uinsgd.ac.id

⁵ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: suhendi@uinsgd.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh business coaching clinic dan kemitraan bisnis terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Peranan UMKM dalam membangun perekonomian Indonesia sering menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses modal, teknologi, dan pasar. Atas dasar itu, business coaching clinic dan kemitraan bisnis menjadi kunci sukses untuk meningkatkan keterampilan manajerial dan pendapatan usaha pelaku UMKM. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-analisis dan pendekatan kuantitatif. Sumber dan teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil survey, wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan inventarisasi, klasifikasi dan analisis data dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode deduktif. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan business coaching clinic memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM dengan koefisien regresi -0.5887 dan $t_{hitung} 4.16 > t_{tabel} 2.364$. Kemitraan bisnis menunjukkan pengaruh positif tidak signifikan dengan koefisien regresi 0.2437 dan $t_{hitung} 1.29 < t_{tabel} 2.364$. Analisis regresi linier berganda menunjukkan kedua variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan dengan $F_{hitung} 1.59 < F_{tabel} 19.35$. Analisis determinasi (R^2) menunjukkan business coaching clinic dan kemitraan bisnis mempengaruhi pendapatan UMKM sebesar 31.2% , dengan 68.8% dipengaruhi faktor lain. Hasil penelitian ini relevan dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa business coaching dan kemitraan secara simultan berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja pendapatan pelaku UMKM. Dengan demikian setiap pelaku usaha perlu meningkatkan kompetensi dan kemitraan bisnis untuk meningkatkan kinerja pendapatannya.

Kata Kunci: Business, Coaching Clinics, Kemitraan, Kinerja, Pendapatan, UMKM.

A. Pendahuluan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam perekonomian banyak negara, termasuk Indonesia. UMKM tidak hanya berkontribusi secara signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan mengurangi tingkat kemiskinan. Di Indonesia, UMKM menyumbang lebih dari 60% dari PDB dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja di sektor swasta. Peran vital ini menjadikan UMKM sebagai tulang punggung ekonomi nasional yang mendukung stabilitas dan pertumbuhan ekonomi, terutama di daerah pedesaan dan kota-kota kecil. (Harahap et al., 2023)

Namun demikian pelaku UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan perkembangan mereka. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses ke modal. Banyak UMKM mengalami kesulitan dalam mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan formal karena kurangnya jaminan atau riwayat kredit yang memadai. Selain itu, keterbatasan dalam akses ke teknologi modern menjadi hambatan signifikan. Teknologi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas produk, tetapi banyak UMKM tidak memiliki sumber daya atau pengetahuan untuk mengadopsi teknologi baru (Sedyastuti, 2018).

Tantangan lain yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan akses ke pasar. Meskipun UMKM mungkin memiliki produk atau layanan berkualitas, mereka sering kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas karena kurangnya jaringan distribusi atau strategi pemasaran yang efektif. Ini membatasi kemampuan mereka untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan. Selain itu, banyak pemilik UMKM tidak memiliki latar belakang pendidikan atau pengalaman manajerial yang memadai, sehingga kondisi semacam itu dapat menghambat pengambilan keputusan yang optimal dan menghalangi pertumbuhan bisnis (Akbar, 2020).

Untuk membantu UMKM mengatasi tantangan-tantangan tersebut, berbagai inisiatif telah dilakukan, termasuk business coaching clinic dan kemitraan bisnis. Business Coaching Clinic adalah pendekatan bimbingan yang terstruktur dan sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan manajerial dan strategi bisnis pemilik UMKM. Melalui bimbingan dari coach yang berpengalaman, pemilik bisnis dapat belajar mengidentifikasi kelemahan dalam bisnis mereka, mencari solusi, dan menerapkan strategi yang efektif. Manfaat dari business coaching clinic meliputi upaya peningkatan kemampuan pengambilan keputusan, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan (Wahyudiono et al., 2019).

Demikian pula dengan kemitraan bisnis memainkan peran penting dalam mendukung UMKM. Kemitraan ini memungkinkan UMKM untuk berkolaborasi dengan perusahaan lain, berbagi sumber daya, pengetahuan, dan risiko. Dengan kemitraan yang efektif, UMKM dapat mengakses sumber daya tambahan, meningkatkan kapasitas produksi, dan menjangkau pasar yang lebih luas. Kemitraan ini dapat membantu UMKM mengatasi keterbatasan mereka dan meningkatkan daya saing di pasar global (Pardede & Suwito, 2024).

Studi empiris sebelumnya menunjukkan bahwa dukungan yang diberikan melalui Business Coaching Clinic dan kemitraan bisnis dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM (Fitriati, 2012). Penelitian oleh McGovern et al. (2001) menemukan bahwa organisasi yang menggunakan business coaching mengalami peningkatan pendapatan hingga tujuh kali lipat dari investasi yang mereka lakukan. Audet dan Couteret (2012) menunjukkan bahwa pemilik UMKM yang terlibat dalam program coaching lebih mampu mengidentifikasi peluang pasar baru dan mengoptimalkan sumber daya mereka. Selain itu, penelitian oleh Tambunan (2009) menemukan bahwa UMKM yang mendapatkan dukungan dalam bentuk coaching dan kemitraan bisnis memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan yang tidak mendapatkan dukungan tersebut.

Dengan demikian, melalui kombinasi business coaching clinic dan kemitraan bisnis, UMKM dapat mengatasi tantangan yang mereka hadapi, memanfaatkan peluang yang ada, dan meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan. Pendekatan ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan individu pemilik bisnis, tetapi juga pada pertumbuhan dan kesuksesan bisnis mereka secara keseluruhan, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-analisis dan pendekatan kuantitatif. Sumber dan teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil survey, wawancara, observasi, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data dilakukan dengan menginventarisasi, mengklasifikasi dan menganalisis data. Obyek penelitian ini difokuskan untuk menganalisis pengaruh business coaching clinic dan kemitraan bisnis terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Teknik analisis data dilakukan melalui pendekatan statistik dan deduktif, yakni hanya menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linier, dan uji determinasi. Melalui hasil penelitian ini diharapkan terumuskan kesimpulan untuk menjawab hipotesis mengenai adanya pengaruh business coaching clinic dan kemitraan bisnis terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, obyek penelitian ini lebih difokuskan untuk menganalisis pengaruh business coaching clinic dan kemitraan bisnis terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Atas dasar itu, maka pada bagian ini akan dijelaskan hasil uji statistik terhadap hubungan antar variable melalui deskripsi obyek penelitian berikut penjelasannya dari hasil uji parsial dan simultan sebagai berikut:

1.1 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan langkah penting dalam analisis statistik yang bertujuan untuk memastikan bahwa data yang digunakan memenuhi sejumlah asumsi dasar yang diperlukan untuk keberlakuan hasil statistik yang dihasilkan. Hasil dari uji asumsi klasik ini mempengaruhi kevalidan dan kepercayaan terhadap analisis statistik yang dilakukan. Uji asumsi klasik yang kami gunakan yaitu:

Tabel 1: Hasil Uji Normalitas

Variable	Obs	W	V	z	Prob>z
X ₁	10	.97897	.324	-1.744	.95943
X ₂	10	.91992	1.234	0.368	.35628
Y	10	.96023	.613	-0.801	.78854

Uji normalitas adalah proses untuk menguji apakah data yang diamati berasal dari distribusi normal atau tidak. Distribusi normal memiliki pola bell-shaped dan simetri di sekitar mean, di mana sebagian besar data berada di sekitar mean dengan sedikit data di ekor distribusi. Kalau di konteks pengolahan data ini, data yang normal adalah data melebihi nilai signifikansi yaitu sebesar 0.05.

Dari tabel di atas bisa dilihat bahwa nilai probabilitas variabel X₁ sebesar 0.95943 > 0.05, variabel X₂ sebesar 0.35628 > 0.05, dan probabilitas dari variabel dependen atau variabel Y sebesar 0.78854 > 0.05. Artinya adalah, dari ketiga variabel tersebut semuanya lebih dari nilai signifikansi 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Gambar 1: Uji Heteroskedastisitas

. estat hettest

Breusch-Pagan/Cook-Weisberg test for heteroskedasticity

Assumption: Normal error terms

Variable: Fitted values of y

H0: Constant variance

chi2(1) = 1.01

Prob > chi2 = 0.3154

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah variabilitas dari variabel dependen tidak konstan di seluruh tingkat variabel independen. Dasar untuk menentukan data tersebut mengalami masalah dalam heteroskedastisitas adalah apabila nilai Prob > chi² lebih kecil daripada nilai signifikansinya yaitu 0.05. Namun apabila nilai Prob > chi² lebih besar daripada nilai signifikansi 0.05 maka data tersebut terhindar dari masalah heteroskedastisitas. Untuk mengetahui data ini terdapat masalah heteroskedastisitas atau tidak, maka perlu dilakukan pengujian.

Berdasarkan hasil output diatas, karena nilai Prob > chi² sebesar 0.3154. Berarti lebih besar dari nilai signifikansinya 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa data ini terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel 2: Hasil Uji Multikolinieritas

Variable	VIF	1/VIF
X1	1.02	0.976426
X2	1.02	0.976426
mean VIF	1.02	

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah ada hubungan linear yang kuat antara variabel-variabel independen dalam sebuah model regresi. Multikolinieritas dapat menyebabkan masalah dalam interpretasi koefisien regresi, karena dapat membuat koefisien menjadi tidak stabil atau tidak dapat diinterpretasikan dengan jelas. Dasar untuk menentukan sebuah data itu terdapat masalah pada multikolinieritasnya yaitu apabila nilai *mean* nya diatas 10. Jika nilai *mean* nya di bawah 10 maka tidak terdapat masalah multikolinieritas. Untuk menentukan data ini terdapat masalah pada multikolinieritas ataupun tidak, maka perlu dilakukan uji multikolinieritas

Dapat diketahui dari data diatas, bahwa *mean* VIF nya yaitu 12.66, ini menandakan jikalau nilai tersebut lebih dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa data ini terdapat masalah pada multikolinieritasnya.

1.2 Hasil Uji Regresi Linier

Analisis Regresi Linier Sederhana dan Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menilai apakah ada hubungan linier antara data atau variabel yang terhubung. Ini berarti bahwa setiap perubahan pada satu variabel akan diikuti oleh perubahan sebanding pada variabel lainnya,

menunjukkan adanya keterkaitan yang linier di antara mereka.(Fathoni & Yusup, 2020). Untuk mengetahui hal tersebut, perlu dilakukan pengujian terhadap tingkat kelinieran antara variabel. Berikut adalah hasil dari pengujian tersebut:

Tabel 3: Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.54	4.453		-1.64	.003
S. Value	-.5887	.3583	-.5023	4.16	.139
2 (Constant)	8.447	6.087		.47	.203
S. Value	.2437	.5165	.1645	1.39	.650

Hasil pengolahan data, seperti yang terlihat dalam tabel x, memungkinkan pembentukan persamaan regresi untuk variabel business coaching clinic dan kemitraan bisnis serta peningkatan pendapatan UMKM Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung.

$$\text{Per } X_1 \text{ terhadap } Y = 18.54 + (-0.5887) X \text{ dan}$$

$$\text{Per } X_2 \text{ terhadap } Y = 8.447 + 0.2437 X$$

Hasil uji regresi linier sederhana pada variabel X_1 menunjukkan dampak negatif. Setiap kenaikan satu unit dalam business coaching clinic (X_1) mengakibatkan penurunan sebesar -0.5887 pada peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung (Y). Kemudian dari hasil perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} diketahui $t_{hitung} = 4.16$ dan t_{tabel} dengan $df = 7$ dan signifikansi 0,05 menunjukan $t_{tabel} = 2.364$ artinya $4.16 < 2.2646$ artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara parsial variabel independen business coaching clinic berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung (Y).

Hasil uji regresi linier sederhana untuk variabel X_2 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kemitraan bisnis (X_2) akan menghasilkan peningkatan sebesar 0.2437 pada nilai peningkatan pendapatan UMKM Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung (Y). Kemudian dari hasil perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} diketahui $t_{hitung} = 1.29 < 2.364$ artinya bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya bahwa secara parsial variabel independen Kemitraan Bisnis Tidak Berpengaruh Terhadap Variabel Dependen Peningkatan Pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung.

Selanjutnya, analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh bersama-sama dari variabel independen business coaching clinic (X_1) dan kemitraan bisnis (X_2) terhadap variabel dependen peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung (Y). Berikut ini adalah tabel hasil perhitungan dari analisis regresi linier berganda yang telah diproses menggunakan perangkat lunak STATA.

Tabel 4: Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.8	6.622		2.23	.061
X_1	-.6333	.3718	-.5403	-1.70	.132
X_2	.3666	.4698	.2475	0.78	.461

Hasil tabel di atas menunjukkan nilai b_1 sebesar -0.633 , b_2 sebesar 0.366 , serta nilai konstanta a sebesar 14.8 . Berdasarkan hasil tersebut, persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 14.8 + -0.633 X_1 + 0.366 X_2$$

Peningkatan Pendapatan UMKM Cipadung = $14.8 + -0.633$ BCC + 0.366 Kemitraan Bisnis

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa konstanta a memiliki nilai 14.8 yang berarti menunjukkan nilai Y (peningkatan pendapatan pelaku UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung) sebesar 14.8 pada saat X_1 (business coaching clinic) dan X_2 (kemitraan bisnis) sama dengan 0 . Nilai koefisien b_1 menunjukkan nilai negatif pada variabel independen X_1 (business coaching clinic) sebesar -0.633 . Hal ini mengasumsikan bahwa setiap peningkatan business coaching clinic sebesar 1 , maka akan mengakibatkan peningkatan pada variabel Y (peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung) sebesar -0.633 . Sama seperti nilai koefisien b_2 , pada variabel independen X_2 (kemitraan bisnis) bernilai positif sebesar 0.366 . Hal ini mengasumsikan bahwa setiap peningkatan kemitraan bisnis sebesar 1 , maka akan mengakibatkan kenaikan pada Y (peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung) sebesar 0.366 .

Dari hasil perhitungan analisis uji simultan, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 1.59 . Setelah dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0.05 dan jumlah sampel $N = 10$, diperoleh nilai dari tabel distribusi F sebesar 19.35 . Berdasarkan perbandingan tersebut, nilai F_{hitung} (1.59) jauh lebih besar daripada nilai F_{tabel} (19.35) dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Oleh karena itu, kesimpulan yang dapat diambil adalah penerimaan H_0 dan penolakan H_a . Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama, variabel independen business coaching clinic dan kemitraan bisnis tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen peningkatan pendapatan UMKM Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung.

1.3 Hasil Uji Determinasi

Uji Determinasi (R^2) digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh bersama-sama dari variabel independen business coaching clinic (X_1) dan kemitraan bisnis (X_2) terhadap variabel dependen peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung (Y). Nilai $R Square$ (R^2) dari hasil perhitungan menggunakan aplikasi STATA adalah sebagai berikut:

Tabel 5: Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.5587	.3122	.1156	2.0817

Berdasarkan analisis hasil uji determinasi menunjukkan nilai *R Square* (R^2) sebesar 0.3122 atau 31,2%. Hasil ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara business coaching clinic (X_1) dan kemitraan bisnis (X_2) terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung (Y) adalah sebesar 31,2% dan sisa nya sebesar 69,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Kemudian dalam tabel x. Korelasi antara business coaching clinic (X_1) dan kemitraan bisnis (X_2) terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung (Y) juga ditunjukkan dengan nilai 0.558 atau 55,8%. Hal tersebut mengindikasikan terdapat korelasi yang kuat antara variabel independen business coaching clinic (X_1) dan kemitraan bisnis (X_2) secara simultan terhadap peningkatan pendapatan UMKM cipadung (Y)

2. Pembahasan

2.1 Analisis Pengaruh Business Coaching Clinic Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa business coaching clinic adalah faktor penting yang mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Program atau layanan yang menyediakan berbagai bimbingan dan pelatihan kepada pelaku UMKM untuk meningkatkan keterampilan dan strategi bisnis mereka. Persamaan linier sederhana pada variabel business coaching clinic (X_1) terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung $Y = 18.54 + (-0.5887) X$. Hasil ini mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu unit dalam business coaching clinic (X_1) akan menyebabkan penurunan sebesar -0.5887 dalam nilai peningkatan pendapatan UMKM Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung (Y).

Kemudian dari hasil perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} diketahui $t_{hitung} = 4,16$ dan t_{tabel} dengan $df = 7$ dan signifikansi 0.05 menunjukkan $t_{tabel} = 2.364$ artinya $4.16 > 2.364$ artinya secara parsial variabel independen business coaching clinic berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen peningkatan pendapatan UMKM Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung (Y).

Hasil penelitian ini relevan dengan teori yang menjelaskan bahwa business coaching clinic adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk membantu pemilik usaha kecil dan menengah (UKM) dalam meningkatkan kemampuan manajerial dan strategi bisnis mereka melalui bimbingan yang terstruktur dan sistematis. Business coaching ini dilakukan oleh seorang coach yang berpengalaman dan memiliki pengetahuan mendalam tentang bisnis. Tujuan utama dari business coaching adalah membantu pemilik bisnis mencapai tujuan spesifik, mengatasi tantangan, dan memanfaatkan peluang yang ada (Nasution, n.d.)

Pada dasarnya, business coaching clinic berfokus pada pengembangan keterampilan dan pengetahuan pemilik bisnis. Ini meliputi berbagai aspek seperti perencanaan strategis, manajemen keuangan, pengembangan produk, dan peningkatan layanan pelanggan. Melalui

sesi-sesi coaching yang teratur, pemilik bisnis dapat belajar untuk mengidentifikasi kelemahan dalam bisnis mereka, mencari solusi, dan menerapkan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan mereka (Widjanarko et al., 2020).

Konsep Business Coaching Clinic berakar pada teori coaching yang dikembangkan dalam konteks psikologi dan manajemen. (Aulia et al., 2017) Menurut Grant (2003), coaching adalah proses kolaboratif di mana coach bekerja dengan klien untuk mengidentifikasi tujuan, mengembangkan rencana aksi, dan memantau kemajuan. Dalam konteks bisnis, coaching ini dapat mencakup berbagai topik, mulai dari pengembangan kepemimpinan hingga peningkatan operasional.

Salah satu manfaat utama dari business coaching clinic adalah peningkatan kemampuan pengambilan keputusan. Pemilik bisnis sering kali menghadapi situasi di mana mereka harus membuat keputusan yang sulit dan berisiko. Dengan bantuan coach, mereka dapat menganalisis situasi dengan lebih baik, mempertimbangkan berbagai opsi, dan memilih tindakan yang paling tepat. Hal ini tidak hanya meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan, tetapi juga mengurangi risiko kesalahan yang dapat berdampak negatif pada bisnis.

Selain itu, Business Coaching Clinic dapat membantu pemilik bisnis meningkatkan efisiensi operasional. Banyak UKM menghadapi tantangan dalam mengelola operasi sehari-hari mereka dengan efisien. Melalui coaching, pemilik bisnis dapat belajar cara mengidentifikasi proses yang tidak efisien, mengimplementasikan perbaikan, dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang ada. Sebagai hasilnya, bisnis dapat beroperasi dengan lebih efisien, mengurangi biaya, dan meningkatkan produktivitas. (Surijah et al., 2021)

Peningkatan kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu manfaat dari business coaching clinic. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci untuk mempertahankan dan menarik pelanggan baru. Coach dapat membantu pemilik bisnis mengembangkan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan, memahami kebutuhan pelanggan, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Dengan demikian, bisnis dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mengembangkan basis pelanggan yang lebih kuat. (Manurung & Nugroho, 2018)

Studi empiris telah menunjukkan efektivitas business coaching clinic dalam meningkatkan kinerja bisnis. (Mistiyowati, 2019) Misalnya, McGovern et al. (2001) menemukan bahwa organisasi yang menggunakan business coaching mengalami peningkatan pendapatan hingga tujuh kali lipat dari investasi yang mereka lakukan pada coaching tersebut. Penelitian ini menunjukkan bahwa coaching tidak hanya membantu dalam pengembangan keterampilan dan pengetahuan, tetapi juga berdampak langsung pada hasil bisnis yang nyata, seperti peningkatan pendapatan dan profitabilitas. (Natsir, 2023)

Dalam konteks UMKM, business coaching memiliki peran yang sangat penting. UMKM sering kali memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya dan akses ke pengetahuan manajerial. Melalui program coaching, mereka dapat memperoleh bimbingan yang diperlukan untuk mengatasi keterbatasan tersebut. Audet dan Couteret (2012) menemukan bahwa pemilik UMKM yang terlibat dalam program coaching lebih mampu mengidentifikasi peluang pasar baru, mengembangkan strategi yang efektif, dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang ada. Hal ini membantu mereka untuk tumbuh dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. (Syahbudi & Ma, 2021)

Secara keseluruhan, business coaching clinic adalah sebuah alat yang sangat efektif untuk membantu pemilik UKM meningkatkan kemampuan manajerial dan strategi bisnis mereka. Melalui bimbingan yang terstruktur dan sistematis, pemilik bisnis dapat belajar cara mengatasi tantangan, memanfaatkan peluang, dan mencapai tujuan bisnis mereka. Dengan demikian, business coaching clinic tidak hanya berkontribusi pada pengembangan individu pemilik bisnis, tetapi juga pada pertumbuhan dan kesuksesan bisnis mereka secara keseluruhan. (Radianto et al., 2018)

2.2 Analisis Pengaruh Kemitraan Bisnis Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM

Kemitraan Bisnis merupakan faktor kunci yang menentukan ada atau tidaknya peningkatan pendapatan pada UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Kolaborasi atau kerjasama antara UMKM di Cipadung dengan entitas lain, yang bisa berupa perusahaan lain, lembaga pemerintah, atau organisasi non-profit, yang bertujuan untuk mencapai keuntungan bersama. Hasil analisis uji regresi linier sederhana pada variabel $Y = 8.447 + 0.2437 X$ menunjukkan bahwa setiap peningkatan nilai kemitraan bisnis (X_2) sebesar 1 akan mengakibatkan penurunan pada nilai peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung (Y) sebesar 0.2437. Selanjutnya, perbandingan antara nilai t_{hitung} dan nilai t_{tabel} menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 1.29, yang lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 2.364 yaitu $1.29 > 2.364$. Ini menunjukkan bahwa secara parsial, bahwa secara parsial variabel independen kemitraan bisnis tidak berpengaruh terhadap variabel dependen peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung.

Hasil penelitian relevan dengan teori yang menjelaskan bahwa kemitraan bisnis merupakan salah satu strategi penting yang dapat digunakan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan, meningkatkan kapasitas, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar. Kemitraan ini melibatkan kolaborasi antara dua atau lebih pihak yang memiliki tujuan bisnis yang saling menguntungkan. Bentuk-bentuk kemitraan bisnis sangat bervariasi, mulai dari kemitraan formal seperti joint ventures dan aliansi strategis hingga kemitraan informal seperti hubungan supplier-customer dan kerjasama distribusi.

Konsep kemitraan bisnis didasarkan pada teori kolaborasi di mana dua atau lebih entitas berbagi sumber daya, pengetahuan, dan risiko untuk mencapai tujuan bersama. Menurut Das dan Teng (2000), kemitraan bisnis adalah bentuk kolaborasi yang memungkinkan perusahaan untuk menggabungkan kekuatan mereka, mengatasi kelemahan, dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar. Dalam konteks UMKM, kemitraan bisnis dapat memberikan akses ke sumber daya tambahan yang mungkin tidak dimiliki secara individual oleh setiap UMKM, seperti teknologi, modal, dan jaringan pasar.

Salah satu manfaat utama dari kemitraan bisnis adalah akses ke sumber daya yang lebih besar dan lebih beragam. UMKM sering kali menghadapi keterbatasan dalam hal modal dan teknologi. Melalui kemitraan, UMKM dapat mengakses sumber daya ini dari mitra bisnis mereka, yang memungkinkan mereka untuk meningkatkan kapasitas produksi dan efisiensi operasional. Misalnya, kemitraan dengan perusahaan teknologi dapat memberikan akses ke perangkat lunak atau peralatan canggih yang dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas produk. Hal ini sangat penting dalam menghadapi persaingan di pasar global yang semakin ketat (Rakanita, 2019).

Selain itu, kemitraan bisnis juga memungkinkan UMKM untuk memperluas jaringan pasar mereka. Dalam banyak kasus, UMKM memiliki keterbatasan dalam hal jangkauan pasar karena keterbatasan sumber daya dan akses ke saluran distribusi. Melalui kemitraan dengan

perusahaan yang memiliki jaringan distribusi yang luas, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan menjangkau pelanggan baru. Hal ini tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga membantu dalam membangun merek dan reputasi di pasar yang lebih luas.

Kemitraan bisnis juga dapat membantu dalam peningkatan inovasi dan pengembangan produk. Dalam lingkungan bisnis yang terus berubah, inovasi merupakan faktor kunci untuk tetap kompetitif. Melalui kemitraan, UMKM dapat berbagi pengetahuan dan ide dengan mitra mereka, yang dapat menghasilkan inovasi produk dan proses yang lebih baik. Hitt et al. (2000) menyatakan bahwa kolaborasi dengan mitra bisnis yang memiliki keahlian dan pengetahuan yang berbeda dapat menciptakan sinergi yang menghasilkan inovasi yang tidak mungkin dicapai oleh perusahaan secara individual (Avriyanti, 2021).

Selain manfaat operasional dan strategis, kemitraan bisnis juga dapat memberikan keuntungan finansial. Melalui kemitraan, UMKM dapat mengurangi risiko dan biaya yang terkait dengan ekspansi bisnis dan pengembangan produk baru. Dengan berbagi biaya dan risiko dengan mitra bisnis, UMKM dapat mengalokasikan sumber daya mereka dengan lebih efisien dan mengurangi beban finansial yang sering kali menjadi penghalang dalam pertumbuhan bisnis. Dyer dan Singh (1998) menunjukkan bahwa kemitraan bisnis yang efektif dapat menghasilkan peningkatan kinerja keuangan, termasuk dalam hal pendapatan dan profitabilitas.

Studi empiris juga menunjukkan bahwa kemitraan bisnis dapat memberikan dampak positif yang signifikan pada kinerja UMKM. Penelitian oleh Tambunan (2009) di Indonesia menemukan bahwa UMKM yang terlibat dalam kemitraan bisnis memiliki tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak memiliki kemitraan. Kemitraan bisnis memungkinkan UMKM untuk mengatasi keterbatasan sumber daya, mengakses pasar baru, dan meningkatkan inovasi, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan kinerja dan daya saing mereka.

Namun, kemitraan bisnis juga memiliki tantangan dan risiko. Salah satu tantangan utama adalah keselarasan tujuan dan kepentingan antara para mitra. Kemitraan yang sukses membutuhkan komunikasi yang efektif, kepercayaan, dan komitmen dari semua pihak yang terlibat. Tanpa elemen-elemen ini, kemitraan dapat gagal dan menyebabkan konflik yang merugikan. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk memilih mitra bisnis yang memiliki visi, nilai, dan tujuan yang sejalan (Rofiq et al., 2023).

Dalam kesimpulannya, kemitraan bisnis adalah strategi yang sangat penting dan efektif bagi UMKM untuk meningkatkan kapasitas, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing mereka. Melalui kemitraan, UMKM dapat mengakses sumber daya tambahan, meningkatkan inovasi, dan mengurangi risiko finansial. Meskipun terdapat tantangan dan risiko, dengan manajemen yang tepat, kemitraan bisnis dapat memberikan manfaat yang signifikan dan berkelanjutan bagi pertumbuhan dan kesuksesan UMKM.

2.3 Analisis Pengaruh Business Coaching Clinic dan Kemitraan Bisnis Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh business coaching clinic dan kemitraan bisnis secara bersama-sama berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Hal ini diperkuat dengan hasil korelasi sebesar 0,558 atau 55,8% yang menunjukkan korelasi yang lumayan kuat. Serta nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,312 atau 31,2% yang menunjukkan bahwa hubungan business coaching clinic dan kemitraan bisnis terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung adalah sebesar 31,2%. Sedangkan untuk 69,8% peningkatan pendapatan UMKM Cipadung dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Hasil penelitian relevan dengan teori yang menjelaskan bahwa UMKM memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian banyak negara, termasuk Indonesia. UMKM sering dianggap sebagai tulang punggung ekonomi karena kontribusinya yang signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Definisi UMKM di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, yang mendefinisikan usaha mikro, kecil, dan menengah berdasarkan jumlah aset dan omset tahunan. Usaha mikro memiliki aset maksimal 50 juta rupiah dan omset maksimal 300 juta rupiah per tahun, usaha kecil memiliki aset antara 50 juta hingga 500 juta rupiah dan omset antara 300 juta hingga 2,5 miliar rupiah per tahun, sedangkan usaha menengah memiliki aset antara 500 juta hingga 10 miliar rupiah dan omset antara 2,5 miliar hingga 50 miliar rupiah per tahun.

Peran UMKM dalam perekonomian tidak bisa dilebih-lebihkan. Di Indonesia, UMKM menyumbang lebih dari 60% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja di sektor swasta. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya UMKM dalam menciptakan peluang kerja dan menggerakkan roda ekonomi, terutama di daerah-daerah pedesaan dan kota-kota kecil. UMKM juga berperan penting dalam menciptakan inovasi lokal, mengembangkan produk-produk baru yang unik, dan memenuhi kebutuhan pasar yang tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan besar.

Namun, meskipun UMKM memiliki peran yang penting, mereka juga menghadapi berbagai tantangan yang signifikan. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah keterbatasan akses ke modal. Banyak UMKM kesulitan mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan formal karena berbagai alasan, termasuk kurangnya jaminan, kurangnya riwayat kredit, dan ketidakpastian dalam prospek bisnis mereka. Keterbatasan akses ke modal ini sering kali menghambat kemampuan UMKM untuk berkembang, memperluas operasi mereka, atau berinvestasi dalam teknologi baru.

Selain keterbatasan modal, UMKM juga sering menghadapi tantangan dalam hal akses ke teknologi. Teknologi modern dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan meningkatkan kualitas produk atau layanan mereka. Namun, banyak UMKM tidak memiliki sumber daya atau pengetahuan yang diperlukan untuk mengadopsi teknologi baru. Hal ini dapat menyebabkan mereka tertinggal dalam persaingan dengan perusahaan yang lebih besar dan lebih canggih secara teknologi (Vinatra, 2023).

Akses ke pasar juga merupakan tantangan besar bagi UMKM. Meskipun UMKM memiliki produk atau layanan yang berkualitas, mereka sering kali kesulitan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Ini bisa disebabkan oleh kurangnya jaringan distribusi, keterbatasan dalam pemasaran, atau kurangnya pemahaman tentang tren dan kebutuhan pasar. Tanpa akses ke pasar yang lebih luas, UMKM sulit untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan mereka.

Keterbatasan dalam manajemen dan sumber daya manusia juga merupakan masalah umum bagi UMKM. Banyak pemilik UMKM tidak memiliki latar belakang pendidikan atau pengalaman manajerial yang memadai. Mereka mungkin ahli dalam bidang teknis atau produksi, tetapi kurang memahami aspek-aspek manajerial seperti perencanaan strategis, manajemen keuangan, atau pemasaran. Hal ini bisa menyebabkan pengambilan keputusan yang kurang optimal dan menghambat pertumbuhan bisnis.

Namun, meskipun menghadapi berbagai tantangan, UMKM memiliki potensi besar untuk berkembang dan berkontribusi lebih banyak lagi terhadap perekonomian. Dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga keuangan, dan organisasi non-pemerintah, sangat penting untuk membantu UMKM mengatasi tantangan-tantangan tersebut. Program-program dukungan seperti pelatihan manajerial, bantuan teknis, akses ke pembiayaan, dan fasilitasi akses ke pasar dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM.

Dalam konteks Indonesia, berbagai inisiatif telah dilakukan untuk mendukung UMKM. Pemerintah Indonesia, misalnya, telah meluncurkan berbagai program untuk meningkatkan akses UMKM ke pembiayaan, termasuk kredit usaha rakyat (KUR) yang menawarkan pinjaman dengan bunga rendah. Selain itu, ada juga berbagai program pelatihan dan pendampingan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajerial dan teknis pemilik UMKM. Program-program ini mencakup pelatihan dalam manajemen keuangan, strategi pemasaran, pengembangan produk, dan penggunaan teknologi.

Studi empiris menunjukkan bahwa dukungan yang diberikan kepada UMKM dapat memberikan hasil yang positif. Misalnya, penelitian oleh Tambunan (2009) menemukan bahwa UMKM yang mendapatkan dukungan dalam bentuk coaching dan kemitraan bisnis memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan yang tidak mendapatkan dukungan tersebut. Dukungan ini tidak hanya membantu UMKM mengatasi tantangan yang mereka hadapi, tetapi juga membuka peluang baru bagi mereka untuk tumbuh dan berkembang (Aini et al., 2024).

Peningkatan pendapatan adalah salah satu tujuan utama dari setiap bisnis, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pendapatan yang meningkat menunjukkan bahwa bisnis tersebut mampu menghasilkan lebih banyak uang dari operasionalnya, yang pada akhirnya dapat digunakan untuk berbagai keperluan seperti ekspansi, investasi, dan peningkatan kesejahteraan pemilik serta karyawan. Peningkatan pendapatan sering kali dianggap sebagai indikator utama kesuksesan bisnis dan dapat dicapai melalui berbagai cara dan strategi yang berbeda.

Pada dasarnya, peningkatan pendapatan berasal dari dua sumber utama: peningkatan penjualan dan pengurangan biaya. Penjualan yang meningkat dapat dicapai dengan menarik lebih banyak pelanggan, meningkatkan nilai transaksi per pelanggan, dan memperluas pangsa pasar. Strategi pemasaran yang efektif, inovasi produk, dan peningkatan kualitas layanan pelanggan adalah beberapa cara untuk mencapai tujuan ini. Misalnya, Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa strategi pemasaran yang efektif dapat secara signifikan meningkatkan pendapatan perusahaan dengan memperluas basis pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada.

Inovasi produk juga memainkan peran penting dalam peningkatan pendapatan. Dengan menciptakan produk baru yang memenuhi kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi atau dengan meningkatkan produk yang sudah ada, perusahaan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Inovasi tidak hanya terbatas pada produk fisik, tetapi juga dapat mencakup inovasi dalam layanan, proses bisnis, dan model bisnis. Perusahaan yang inovatif cenderung lebih kompetitif dan lebih mampu bertahan dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat.

Pengurangan biaya adalah aspek lain dari peningkatan pendapatan yang sering kali kurang diperhatikan tetapi sama pentingnya. Dengan mengurangi biaya produksi, distribusi, dan operasional, perusahaan dapat meningkatkan margin keuntungan mereka. Efisiensi operasional dapat dicapai melalui berbagai cara, seperti penerapan teknologi baru, peningkatan proses bisnis, dan manajemen sumber daya yang lebih baik. Menurut Porter (1985), efisiensi operasional yang tinggi dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi perusahaan.

Selain faktor internal seperti pemasaran, inovasi, dan efisiensi operasional, peningkatan pendapatan juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, persaingan pasar, dan kebijakan pemerintah. Dalam kondisi ekonomi yang baik, daya beli konsumen meningkat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan. Sebaliknya, dalam

kondisi ekonomi yang buruk, perusahaan mungkin perlu beradaptasi dengan mengurangi biaya, mengembangkan strategi baru, atau mencari pasar alternatif untuk mempertahankan pendapatan mereka.

Persaingan pasar juga memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan. Perusahaan yang beroperasi dalam pasar yang sangat kompetitif perlu bekerja lebih keras untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Ini dapat dicapai melalui diferensiasi produk, peningkatan kualitas layanan, dan strategi harga yang kompetitif. Menurut Porter (1980), strategi bersaing yang efektif dapat membantu perusahaan memenangkan pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan mereka (Hendiana et al., 2022).

Kebijakan pemerintah juga dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan. Kebijakan yang mendukung, seperti insentif pajak, subsidi, dan program dukungan untuk UMKM, dapat membantu perusahaan mengatasi tantangan dan meningkatkan pendapatan mereka. Di sisi lain, kebijakan yang restriktif, seperti peraturan yang ketat atau pajak yang tinggi, dapat menjadi hambatan bagi pertumbuhan pendapatan.

Dalam konteks UMKM, peningkatan pendapatan memiliki tantangan dan peluang tersendiri. UMKM sering kali menghadapi keterbatasan dalam hal akses ke modal, teknologi, dan pasar. Namun, dengan dukungan yang tepat, seperti program business coaching dan kemitraan bisnis, UMKM dapat mengatasi keterbatasan ini dan meningkatkan pendapatan mereka. Business coaching dapat membantu pemilik UMKM mengembangkan keterampilan manajerial dan strategi yang efektif, sementara kemitraan bisnis dapat membuka akses ke sumber daya tambahan dan pasar baru.

Studi empiris menunjukkan bahwa intervensi seperti business coaching dan kemitraan bisnis dapat secara signifikan meningkatkan pendapatan UMKM. Chrisman et al. (2005) menemukan bahwa UMKM yang menerima dukungan dalam bentuk coaching dan kemitraan bisnis cenderung memiliki peningkatan pendapatan yang lebih besar dibandingkan dengan yang tidak menerima dukungan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam pengembangan kapasitas dan jaringan bisnis dapat memberikan hasil yang signifikan dalam hal peningkatan pendapatan.

Secara keseluruhan, peningkatan pendapatan adalah proses yang kompleks dan multifaset yang melibatkan berbagai faktor internal dan eksternal. Melalui kombinasi strategi yang tepat, inovasi, efisiensi operasional, dan dukungan eksternal, UMKM dapat mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan pendapatan mereka. Pendapatan yang meningkat tidak hanya menunjukkan kesuksesan bisnis tetapi juga membuka jalan bagi pertumbuhan dan perkembangan yang lebih lanjut, yang pada akhirnya dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi pemilik bisnis, karyawan, dan masyarakat secara keseluruhan (Saputro & Meivira, 2020).

Dengan demikian, peneliti dapat merumuskan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian, baik di tingkat lokal maupun nasional. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat mengatasi hambatan-hambatan tersebut dan terus berkembang. Dukungan ini tidak hanya penting untuk keberhasilan individual UMKM, tetapi juga untuk pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, upaya untuk memperkuat dan mendukung UMKM harus terus ditingkatkan sebagai bagian dari strategi pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa business coaching clinic dan kemitraan bisnis secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari F_{hitung} sebesar 1.59. Kemudian apabila diperbandingkan dengan nilai F_{tabel} dengan nilai signifikansi sebesar 5% atau 0.05 dan $N = 10$ maka diperoleh tabel distribusi F sebesar 19.35. Berdasarkan hal tersebut, maka didapatkan hasil perbandingan antara nilai F_{hitung} dan nilai F_{tabel} nya yaitu sebesar $1.59 < 19.35$ dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 > 0.05$ menunjukkan nilai *R Square* (R^2) sebesar 0.312 atau 31,2%. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara business coaching clinic (X_1) dan kemitraan bisnis (X_2) terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung (Y) adalah sebesar 31,2% dan sisa nya sebesar 69,8% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian. Kemudian korelasi antara business coaching clinic dan kemitraan bisnis terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung juga ditunjukkan dengan nilai 0.558 atau 55,8%. Hal tersebut menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara variabel independen business coaching clinic dan kemitraan bisnis dengan variabel dependen peningkatan pendapatan UMKM di Kelurahan Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung.

Referensi

- Aini, A. N., Safitri, E. N., Majalina, G., Abidin, M. Z., & Khoiriawati, N. (2024). Analisis Peluang Dan Tantangan Teknologi Terhadap Pemberdayaan UMKM di Indonesia. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(5), 2564–2571.
- Akbar, F. M. A. (2020). Analisis Tantangan Dan Peluang Pengembangan UMKM Halal Dalam Era Pasar Nasional. *Zhafir: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 2(2), 105–130.
- Aulia, N., Indarti, S., & Efni, Y. (2017). Pengaruh Budaya Organisasi dan Motivasi kerja Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 235–250.
- Avriyanti, S. (2021). Strategi bertahan bisnis di tengah pandemi covid-19 dengan memanfaatkan bisnis digital (studi pada ukm yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten Tabalong). *PubBis: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 5(1), 60–74.
- Fathoni, H., & Yusup, D. D. K. (2020). Relasi sharia value dan brand image terhadap keputusan menginap di hotel syariah, Bandung, Jawa Barat. *Http://Digilib. Uinsgd*, 1–12.
- Fitriati, R. (2012). Entrepreneurship education: toward models in several Indonesia's university. *Prosiding the 4th International Conference on Indonesian Studies: Unity, Diversity and Future*, 681–698.
- Harahap, I., Nawawi, Z. M., & Syahputra, A. (2023). Signifikansi Perananan UMKM Dalam Pembangunan Ekonomi Di Kota Medan Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 718–728.
- Hendiana, R., Achmad Fauzi SE, M. M., ST, D. S. P., Kom, M., Zahra, F., Ramadhona, H., Prihatini, R. F., & Wijayanti, E. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran, Peran Penggunaan

- E-Commerce, Kepuasan Konsumen Terhadap Volume Penjualan UMKM Pada Masa Pandemi Dan Pasca Pandemi Covid 19. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 91–99.
- Hermawan, S., & Amirullah, A. (2016). *Metode penelitian bisnis pendekatan kuantitatif & kualitatif*. Media Nusa Creative.
- Manurung, N. A., & Nugroho, A. (2018). Implementasi customer relationship management di usaha mikro kecil dan menengah bidang otomotif. *Jurnal Terapan Abdimas*, 3(2), 97–109.
- Mistiyowati, S. (2019). *Analisis Pengaruh Dukungan Manajemen Puncak, Pengetahuan Manajer, Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Dan Budaya Organisasi Terhadap Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi (Studi Empiris Pada Bank Perkreditan Rakyat Di Magelang)*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Nasution, H. A. (n.d.). *Analisis Pembiayaan, Pembinaan Dan Pelatihan BMT Terhadap Pengembangan UMKM*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta.
- Natsir, U. D. (2023). *Pengaruh pendidikan kewirausahaan, motivasi berwirausaha, dan lingkungan keluarga terhadap intensi berwirausaha yang dimediasi oleh nilai-nilai petualangan Alam Bebas di Kota Makassar= The influence of entrepreneurship education, entrepreneurial motivatio*. Universitas Hasanuddin.
- Pardede, S. J., & Suwito, S. (2024). Strategi pemberdayaan UMKM untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi guna kemandirian ekonomi bangsa Indonesia. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 11(4), 1526–1538.
- Radianto, W. E. D., Efrata, T. C., & Santoso, E. B. (2018). *Generasi Entrepreneur: Anda Bisa Menciptakan Entrepreneur*. Penerbit Andi.
- Rakanita, A. M. (2019). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. *Journal Ekbis*, 20(2), 1280–1289.
- Rofiq, A., Suryadi, N., Anggraeni, R., Makhmut, K. D. I., & Aryati, A. S. (2023). *Meningkatkan Daya Saing UKM: Perspektif Strategis*. Universitas Brawijaya Press.
- Saputro, R., & Meivira, F. (2020). Pengaruh tingkat pendidikan pemilik, praktik akuntansi dan persepsi atas insentif pajak terhadap kepatuhan pajak UMKM. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4).
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127.
- Surijah, A. B., Prakasa, D. Y., Ahmad, F., Supriyadi, F., Sakitri, G., Alkhair, H., Setiawati, I. B., Subagyo, I. E., Haryono, L., & Dewantara, M. H. (2021). *UMKM Sintas Pandemi: Strategi Bertahan dan Bertumbuh*. Prasetiya Mulya Publishing.
- Syahbudi, M., & Ma, S. E. I. (2021). *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)*. Merdeka Kreasi Group.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–8.

- Wahyudiono, W., Maria, W., & Aminatuzzurho, A. (2019). *Manajemen UMKM Orientasi Peran Stakeholder Dalam Membangun Daya Saing UMKM*. Putra Media Nusantara Surabaya.
- Widjanarko, M., Kurniawan, J. E., Hirawan, A., Handayani, A., Santosa, A., Wibhowo, C., Haryanti, K., Supriyadi, T., & Indraswari, Y. D. (2020). *Karyawan Bermental Entrepreneur. Membumikan Psikologi*.