



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN BISNIS PADA UMKM ZHAFIRA POPCORN

Eriana Saprida

erianasaprida2@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Suhada

suhadaaaa23@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Syfa Tasya Zahwani

syfatasyazahwani@gmail.com

Abdul Hafiz

hafizbijak16122002@gmail.com

Nurbaiti

nurbaiti@uinsu.ac.id

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstract *This study aims to analyze the factors that influence business success in Small and Medium Enterprises (SMEs), with a focus on Zhafira Popcorn SMEs. The methodology used is descriptive qualitative which uses semi-structured interviews to explore the perceptions and experiences of business owners.. The results showed that business success is influenced by internal and external factors. Internal factors include strong entrepreneurial characteristics, effective leadership, and competent human resources. On the external side, government support and market understanding are key. This study recommends that Zhafira Popcorn improve capital management, conduct product innovation, and utilize technology in marketing to increase competitiveness in the market.*

KeywordS: *SMes, Business Success, Internal and External Factors.*

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM), dengan fokus pada UMKM Zhafira Popcorn. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yang menggunakan wawancara semi-terstruktur untuk menggali persepsi dan pengalaman pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi karakteristik pengusaha yang kuat, kepemimpinan yang efektif, serta kualitas sumber daya manusia yang kompeten. Di sisi eksternal, dukungan pemerintah dan pemahaman pasar menjadi kunci penting. Penelitian ini merekomendasikan agar Zhafira Popcorn meningkatkan pengelolaan modal, melakukan inovasi produk, dan memanfaatkan teknologi dalam pemasaran untuk meningkatkan daya saing di pasar.

Kata kunci: **UMKM, Keberhasilan Bisnis, Faktor Internal dan Eksternal.**

PENDAHULUAN

Faktor-faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan industri kecil dijelaskan oleh (Chamdan Purnama, 2010). Berdasarkan penelitiannya, ia menyimpulkan bahwa ciri-ciri keberhasilan usaha kecil meliputi inovasi dan perilaku berani mengambil risiko. Menurut penelitian Murphy dari sumber yang sama, kesuksesan usaha kecil ditandai dengan usaha keras, pengabdian, dan komitmen terhadap kualitas dan pelayanan.

Keberhasilan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas sumber daya manusia, pengendalian organisasi, struktur organisasi, sistem manajemen,

partisipasi, budaya usaha, kekuatan modal, jaringan usaha dengan pihak luar, dan tingkat kewirausahaan (Tambunan, 2002). Peluang, Faktor Manusia (SDM), Keuangan, Organisasi, Perencanaan, Manajemen Bisnis, Pemasaran dan Penjualan, Administrasi, Peraturan Pemerintah, Politik, Sosial, Ekonomi, dan Budaya Lokal adalah beberapa elemen yang mempengaruhi kesuksesan bisnis, menurut (Hendro, 2011).

Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dikenal sebagai usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). UMKM juga memenuhi kriteria undang-undang untuk kepemilikan dan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Berikut ini adalah definisi usaha kecil: (Primiana, 2009:11):

- a) Pertumbuhan empat industri utama (perusahaan inti) yang mendorong pembangunan: manufaktur, sumber daya manusia, bisnis maritim, dan agribisnis.
- b) Penciptaan kawasan-kawasan unggulan, yang memfasilitasi pemulihan ekonomi yang lebih cepat dengan menggunakan strategi lokal atau regional, yaitu dengan memilih tempat atau wilayah untuk mendukung program-program utama dan pertumbuhan sektor-sektor serta potensi-potensi yang ada.
- c) Meningkatkan inisiatif pemberdayaan masyarakat.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UMKM menyerap lebih dari 97% tenaga kerja dan memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, meskipun memiliki potensi besar, banyak UMKM yang menghadapi tantangan serius yang menghambat keberhasilan mereka.

UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap perekonomian nasional, tetapi juga berperan dalam pemerataan ekonomi di berbagai daerah. Dengan keberadaan UMKM, lapangan pekerjaan dapat tercipta, dan masyarakat setempat dapat menikmati peningkatan kesejahteraan. Selain itu, UMKM sering kali menjadi inovator dalam produk dan layanan, beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Namun, tingkat kegagalan UMKM cukup tinggi, terutama dalam lima tahun pertama operasional mereka. Menurut survei, sekitar 60% UMKM tutup dalam periode tersebut, yang menunjukkan pentingnya analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan mereka.

Pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa-jasa swasta, dan industri pengolahan, termasuk industri kreatif, adalah beberapa sektor yang diklasifikasikan sebagai UMKM di Indonesia saat ini,

menurut Kementerian Koperasi dan UMKM (2011). Meskipun ukuran ekonominya kecil, UMKM memainkan peran penting dalam eksistensi sebuah negara. Diperkirakan sebagian besar UMKM dapat mendukung perekonomian nasional. Banyak negara, termasuk Indonesia, terinspirasi untuk terus berupaya mengembangkan UMKM karena peran penting ini. Namun, khususnya di Indonesia, tidak banyak temuan studi yang dapat digunakan sebagai standar keberhasilan UMKM.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa banyak sekali factor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis pada umkm dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Penelitian ini mengambil studi kasus pada UMKM Zhafira Popcorn, sebuah usaha yang bergerak di bidang produksi dan penjualan popcorn. Sebagai UMKM, Zhafira Popcorn dihadapkan pada berbagai factor. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis pada umkm Zhafira popcorn.

Pada jurnal sebelumnya yang di teliti oleh Eka Merdekawati dan Novi Rosyanti dengan judul penelitian “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN UMKM (STUDI KASUS PADA UMKM DI KOTA BOGOR)” Jurnal tersebut memiliki pembahasan yang terbatas karena hanya menggunakan dua faktor, yaitu pemahaman akuntansi dan strategi pemasaran. Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis yang lebih luas dalam memahami konteks dan faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis pada UMKM.

TINJAUAN PUSTAKA

Bisnis

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan bisnis sebagai bidang usaha, usaha dagang, dan perusahaan komersial dalam dunia perdagangan. Perdagangan komoditas, jasa, atau uang yang menguntungkan kedua belah pihak adalah definisi lain dari bisnis. "Pembelian dan penjualan barang dan jasa" adalah definisi mendasar dari bisnis. Dari perspektif yang berbeda, bisnis hanyalah sebuah entitas yang memproduksi dan menjual barang dan jasa yang diinginkan pelanggan untuk menghasilkan uang. Sementara jasa adalah tindakan yang memberi manfaat bagi pelanggan atau pelaku bisnis lainnya, komoditas adalah produk yang memiliki bentuk fisik dan dapat dirasakan (Sami et al, 2014:9).

Menurut Madura (2010: 2) Sebuah organisasi yang didirikan untuk memproduksi barang dan jasa bagi konsumen disebut bisnis. Setiap perusahaan harus berurusan dengan orang-orang. Orang-orang tersebut menanggung hukuman sebagai akibat dari bisnis. Tujuan kerja sama lintas fungsi dalam bisnis adalah untuk menyoroti bagaimana para manajer dari berbagai bidang fungsional harus bekerja sama untuk mengoptimalkan keuntungan sekaligus mencapai tujuan bersama.

Sukirno (2010:20) mendefinisikan bisnis sebagai suatu usaha untuk mendapatkan keuntungan. Setiap orang, baik secara individu maupun kelompok, melakukan bisnis untuk mendapatkan keuntungan finansial dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Tidak ada orang yang berbisnis dengan tujuan untuk merugi.

Menurut (Hendra dan Riana 2008, 164) Rasul mengikuti empat prinsip dalam menjalankan bisnis: amanah (menepati janji), fathanah (memiliki pengetahuan yang luas), shiddiq (kejujuran), dan tabligh (berkomunikasi). Beliau dapat menjalankan bisnisnya dengan sukses karena keempat faktor ini.

UMKM

Bank Indonesia mendefinisikan usaha mikro, kecil dan menengah sebagai:

1. Usaha Mikro. Sesuai dengan Surat Keputusan Direksi BI No. 31/24//Kep/DER tanggal 5 Mei 1998. Usaha yang dimiliki oleh masyarakat miskin atau hampir miskin. Usaha yang dijalankan oleh keluarga dengan menggunakan teknologi dasar dan sumber daya lokal. Mudah untuk masuk dan keluar dari usaha.
2. Perusahaan Kecil. Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan cabang atau anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp500.000.000,00, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00.

3. (SK Dir. Bl No.30/45/Dir/Uk tanggal 5 Januari 1997) usaha Menengah. Untuk sektor manufaktur non-industri, omset tahunan < 3 milyar aset = Rp 5 milyar untuk aset sektor industri = Rp 600 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan.

Pasal 1 UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM menyatakan bahwa usaha mikro adalah perusahaan yang menguntungkan yang dimiliki oleh orang perorangan atau organisasi bisnis perorangan yang memenuhi persyaratan hukum usaha mikro. Berikut ini adalah persyaratan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah seperti yang dinyatakan dalam UU No. 20 tahun 2008, Pasal 6:

- a) Persyaratan untuk usaha mikro adalah sebagai berikut: memiliki omset tahunan paling banyak Rp 300 juta dan aset paling banyak Rp 50 juta.
- b) Usaha kecil harus memiliki aset antara Rp 50 juta hingga Rp 500 juta dan pendapatan antara Rp 300 juta hingga Rp 2,5 juta per tahun.
- c) Usaha menengah harus memiliki aset antara Rp 500 juta hingga Rp 10 juta dan pendapatan antara Rp 2,5 juta hingga Rp 50 juta per tahun. UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dapat berbentuk perseroan terbatas, persekutuan, firma, atau CV.

Keberhasilan Bisnis

Keberhasilan bisnis merujuk pada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh suatu usaha, baik dari segi finansial maupun non-finansial. Menurut Henry Faizal Noor (2018), keberhasilan bisnis adalah kemampuan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, yang dapat dilihat dari aspek pertumbuhan usaha dan keuntungan yang diperoleh. Keberhasilan juga dapat diukur melalui peningkatan kesejahteraan pemilik dan karyawan, serta kontribusi terhadap masyarakat.

Faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis mencakup karakteristik pengusaha, manajemen keuangan, akses terhadap modal, serta strategi pemasaran yang efektif. Dengan demikian, keberhasilan bisnis tidak hanya diukur dari laba, tetapi juga dampaknya terhadap lingkungan dan komunitas sekitar.

Keberhasilan usaha diartikan sebagai tingkat pencapaian hasil atau tujuan organisasi, menurut Dwi Riyanti (2003:24). Albert Wijaya menegaskan bahwa “laba merupakan tujuan yang sangat penting dan menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan” (Suryana, 2011: 168). Sementara itu, Suyanto (2010:179) menegaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi kemampuan perusahaan industri kecil untuk

berhasil. Salah satu tujuan dari setiap pengusaha adalah keberhasilan perusahaan. Tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan atau sasaran yang telah diantisipasi dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan industri kecil. Banyak faktor, termasuk kinerja keuangan dan citra perusahaan, dapat digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan perusahaan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan UMKM

1. Faktor Internal

a) Karakteristik Pengusaha

- b) Karakteristik pengusaha sangat berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Pengusaha yang memiliki visi, motivasi tinggi, dan kemampuan manajerial yang baik cenderung lebih sukses. Teori Entrepreneurial Orientation menunjukkan bahwa pengusaha yang inovatif dan berani mengambil risiko memiliki peluang lebih besar untuk berhasil.

c) Sumber Daya Manusia

- d) Komponen penting lainnya dari UMKM adalah kualitas sumber daya manusianya. Karyawan yang memiliki keahlian dan keterampilan dapat meningkatkan output dan efektivitas operasional. Teori sumber daya manusia menyatakan bahwa mengeluarkan uang untuk pelatihan dan pengembangan staf akan meningkatkan kinerja perusahaan.

e) Modal

Modal adalah salah satu faktor penting dalam menjalankan usaha. Ketersediaan modal yang cukup memungkinkan UMKM untuk melakukan investasi dalam peralatan, bahan baku, dan pemasaran. Teori Capital Structure menyatakan bahwa kombinasi antara modal sendiri dan utang dapat mempengaruhi pertumbuhan dan stabilitas usaha.

2. Faktor Eksternal

a) Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah yang mendukung seperti insentif pajak, akses ke pembiayaan, dan program pelatihan dapat meningkatkan keberhasilan UMKM. Teori Public Policy menunjukkan bahwa regulasi yang baik dapat menciptakan lingkungan usaha yang kondusif.

b) Pasar dan Persaingan

Kondisi pasar, termasuk permintaan konsumen dan tingkat persaingan, sangat mempengaruhi keberhasilan UMKM. Pemasaran yang efektif dan pemahaman tentang perilaku konsumen menjadi kunci dalam memenangkan persaingan. Teori Market Orientation menekankan pentingnya memahami kebutuhan pelanggan untuk menciptakan produk yang sesuai.

c) Teknologi

Penggunaan teknologi dalam operasional bisnis dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Teori Technology Adoption menunjukkan bahwa adopsi teknologi baru dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM.

3. Faktor Sosial dan Budaya

Faktor sosial dan budaya juga berperan penting dalam keberhasilan UMKM. Dukungan komunitas lokal, norma sosial, serta nilai-nilai budaya dapat mempengaruhi cara bisnis dijalankan dan diterima oleh masyarakat.

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Menurut Anslem (2013), penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh dengan menggunakan metode statistik atau hitungan lainnya. Djam'an (2010:22) menegaskan bahwa penelitian kualitatif, di sisi lain, berfokus pada kualitas atau aspek yang paling penting dari suatu barang atau jasa. Menurut Sugiyono (2015:1), penelitian pada kondisi obyek yang alamiah dilakukan dengan menggunakan teknik penelitian kualitatif. Alat utama adalah peneliti, metode pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), dan analisis data bersifat induktif. Temuan dari penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Tempat dan Waktu Penelitian

Menurut John W. Creswell dalam bukunya *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, memilih lokasi penelitian sangat penting untuk menentukan konteks penelitian. Creswell menekankan bahwa lokasi penelitian harus relevan dengan pertanyaan penelitian dan karakteristik populasi yang diteliti. Lokasi yang tepat juga membantu peneliti mengumpulkan data yang akurat dan

membantu generalisasi hasil penelitian (Creswell, 2018). Studi ini dilakukan di Medan, Sumatera Utara, pada 27 Oktober 2024.

Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2013) prosedur pengumpulan data merupakan tahap yang sangat krusial karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang benar (2013:224). (1) menetapkan parameter penelitian; (2) memilih partisipan penelitian sesuai dengan standar tertentu; (3) merumuskan daftar pertanyaan untuk setiap informan yang memungkinkan; (4) mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara; (5) mendokumentasikan hasil wawancara; (6) membuat transkrip wawancara; dan (7) merumuskan kesimpulan penelitian. Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini.

Oleh karena itu penelitian ini menggunakan metode Wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada informan untuk menggali persepsi, pengalaman, dan pandangan mereka terkait fenomena yang diteliti. Peneliti memilih jenis wawancara semi-terstruktur, yang memungkinkan bertanya dalam pertanyaan sambil tetap mengikuti pedoman umum. Proses ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan deskriptif, sehingga data yang didapatkan memberikan gambaran yang jelas tentang realitas yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik dari umkm Zhafira popcorn, Peneliti mewawancarai pemilik secara langsung untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan penelitian ini. Faktor keberhasilan bisnis dipengaruhi oleh factor internal dan factor eksternal. Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan kepada pemilik :

1. Factor internal

a. Karakteristik Pengusaha

Sifat-sifat seorang wirausahawan yang membuat mereka sukses adalah hasil dari sifat-sifat motivasi berprestasi mereka. Kemahiran teknis, inisiatif, penilaian yang baik, kecerdasan, kemampuan kepemimpinan, kepercayaan diri, vitalitas, sikap, daya cipta, kesetaraan, kejujuran, dan stabilitas emosional semuanya diperlukan bagi seorang pengusaha yang sukses. Dalam upaya

untuk menentukan karakteristik yang mendefinisikan wirausahawan, banyak perhatian telah diberikan pada literatur tentang kepribadian mereka. Pengusaha yang sukses dicirikan oleh kapasitas mereka untuk mengambil risiko, daya cipta, pemahaman tentang pasar, keahlian produksi, kemampuan pemasaran, kemampuan manajemen perusahaan, dan kerja sama tim. Ciri-ciri kepribadian yang paling sering disebutkan dari para wirausahawan termasuk kebutuhan untuk berprestasi, daya cipta, kecenderungan mengambil risiko, lokus kendali, dan dorongan untuk mandiri (Rauch & Frese, 2005). Penelitian empiris oleh Hashim, Wifa, dan Suliman (1999) telah menunjukkan korelasi yang kuat antara kesuksesan perusahaan dan sifat-sifat kewirausahaan pemilik dan manajer. Menurut O'Regan dkk. (2006), kepemilikan memiliki peran yang signifikan dalam kesuksesan perusahaan secara keseluruhan.

Hasil wawancara dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemilik menilai kepemimpinan yang kuat dan manajerial yang efektif sebagai faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan UMKM mereka. Pemilik UMKM yang memiliki visi yang jelas dan keterampilan manajerial yang baik cenderung mampu mengatasi tantangan dan memimpin usaha mereka menuju pertumbuhan. Pemimpin yang aktif dalam pengambilan keputusan dan memiliki hubungan yang baik dengan karyawan juga memiliki dampak positif terhadap keberhasilan usaha.

b. Sumber Daya Manusia

Pemilik menyatakan bahwa ada empat komponen yang berkontribusi terhadap kesuksesan operasional: 1) Sumber daya manusia yang berkualitas, yang sangat penting karena manusia adalah rencana strategis. 2) Implementasi harus dilakukan dengan tepat, sesuai dengan rencana, dan secara kreatif untuk mengatasi hambatan; hal ini membutuhkan sumber daya manusia yang dapat diandalkan dan manajemen yang sangat baik. 3) Mengawasi proyek agar sesuai dengan perencanaan dan tujuan yang diperlukan. Seorang pengawas yang hebat menggabungkan pengawasan, keuangan, dan kontrol kualitas. 4) Orang-orang dengan keterampilan pemasaran dan penjualan yang kuat, seperti pemasar dan pengecer, sangat penting untuk pengembangan bisnis.

c. Modal

Modal adalah apa yang dimaksud dengan "faktor keuangan", yang sangat penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan. Pemilik mendefinisikan modal sebagai sumber daya moneter yang dibutuhkan untuk memulai, mempertahankan, dan mengembangkan perusahaan. kapasitas untuk melacak semua transaksi keuangan dan mengelola modal. Dalam hal keberlanjutan bisnis, manajemen keuangan adalah komponen penting yang sering kali menyebabkan bisnis kecil gagal.

2. Factor eksternal

a. Kebijakan Pemerintah

kebijakan pemerintah memainkan peran penting dalam keberhasilan UMKM. Kebijakan yang mendukung UMKM, seperti insentif pajak atau program pelatihan, sangat membantu dalam memperkuat daya saing. Ini juga mendukung teori yang menyatakan bahwa faktor eksternal dapat memengaruhi kinerja perusahaan.

Pemilik menyatakan bahwa pemerintah perlu terus memberikan dukungan bagi UMKM, seperti pelatihan, akses pasar, dan pembiayaan, agar mereka bisa bersaing lebih baik.

b. Pasar dan Persaingan

Kebijakan pemerintah memainkan peran penting dalam keberhasilan UMKM. Kebijakan yang mendukung UMKM, seperti insentif pajak atau program pelatihan, sangat membantu dalam memperkuat daya saing. Ini juga mendukung teori yang menyatakan bahwa faktor eksternal dapat memengaruhi kinerja perusahaan.

Keberhasilan UMKM sangat tergantung pada pemahaman yang mendalam tentang pasar mereka, termasuk kebutuhan dan preferensi konsumen, serta kemampuan mereka untuk bersaing dengan pesaing lainnya, terutama dari perusahaan besar yang mendorong UMKM untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas produk.

Dari hasil wawancara pemilik dari Zhafira popcorn sudah melakukan berbagai inovasi mulai dari membuat berbagai macam kemasan yang menarik minat pembeli agar tetap relevan di pasar untuk menaikkan penjualan serta menentukan sejauh mana UMKMnya dapat bertahan dan berkembang dalam lingkungan pasar yang dinamis dan kompetitif.

c. Teknologi

Kemampuan untuk berinovasi dan memanfaatkan teknologi adalah kunci untuk tetap bersaing di pasar yang terus berkembang. UMKM yang tidak

mengadopsi teknologi terbaru atau berinovasi dengan produk dan prosesnya akan kesulitan untuk bertahan dalam jangka panjang. Sama halnya dengan Zhafira popcorn yang kurang memanfaatkan teknologi dalam proses bisnisnya, mulai dari system keuangan yang masih di kelola secara manual dan proses pemasarannya yang masih dari mulut kemulut yang membuat Zhafira popcorn sulit manjangkau pasar yang lebihluas.

KESIMPULAN

Berdasarkan wawancara dengan pemilik UMKM Zhafira Popcorn, keberhasilan usaha ini dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi karakteristik pengusaha yang kuat, kepemimpinan yang efektif, dan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang kompeten dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pemasaran. Pengelolaan modal yang baik juga sangat penting untuk mencegah masalah finansial yang dapat menghambat keberlangsungan usaha.

Di sisi eksternal, dukungan pemerintah melalui kebijakan yang menguntungkan, seperti insentif pajak dan program pelatihan, sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing. Pemahaman mendalam tentang pasar dan inovasi dalam kemasan juga menjadi kunci untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu, peningkatan pemanfaatan teknologi dalam proses bisnis, seperti sistem keuangan dan pemasaran, harus dilakukan untuk memperkuat posisi Zhafira Popcorn di pasar. Dengan strategi ini, Zhafira Popcorn dapat terus berkembang dan bersaing secara efektif.

SARAN

1. Zhafira popcorn di harapkan untuk memperbaiki pengelolaan modal dengan menggunakan perangkat lunak akuntansi untuk pencatatan keuangan yang lebih efisien.
2. Melakukan inovasi produk dan kemasan berdasarkan riset pasar untuk menarik konsumen.
3. Memanfaatan teknologi dalam pemasaran digital dan e-commerce juga penting untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
4. Melakukan analisis pasar secara berkala untuk memahami dinamika industri dan strategi pesaing.

Dengan menerapkan saran-saran ini, Zhafira Popcorn dapat meningkatkan kinerja dan daya saingnya di pasar. Untuk penulis selanjutnya diharapkan untuk memperluas riset dengan mengeksplorasi faktor keberhasilan UMKM di berbagai sektor dan mengumpulkan data kuantitatif untuk mendukung temuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasoloan, A. (2018). Peranan etika bisnis dalam perusahaan bisnis. *Warta Dharmawangsa*, (57).
- Mashuri, M., Eryana, E., & Ezril, E. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pedagang Pasar Sukaramai Di Kecamatan Bengkalis. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(1), 138-154.
- MENGENAL USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) LEBIH DEKAT. (n.d.). (n.p.): uwais inspirasi indonesia.
- Muna, K., & Hisan, K. (2020). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Langsa. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 31-52.
- Purnama, C. (2010). Motivasi dan kemampuan usaha dalam meningkatkan keberhasilan usaha industri kecil (Studi pada industri kecil sepatu di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 177-184.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2003). Penelitian kualitatif. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*, 165.
- Wahyuni, N. W. N., Diba, F. D. F., Budiarti, A. B. A., & Farida, F. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pelaku UMKM di Wilayah Sumur Batu Kecamatan Kemayoran. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(1), 87-97.