



Faktor Penentu Keberhasilan UMKM: Analisis Komprehensif SDM, Modal Usaha, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi (*Women Gen-Z*)

Wilsna Rupilu^{1*}, Agusta Amanda Wulandari²

^{1,2}Politeknik Negeri Kupang, Indonesia

Alamat : Jl Adisucipto No.1 Penfui, Kota Kupang

Korespondensi: wilsna.rupilu@pnk.ac.id

Abstract, *This study aims to analyze the influence of internal factors (human resources, business capital, and product quality) and external factors (price and location) on the business success of Generation Z women-owned MSMEs in Kupang City. This study employs a quantitative approach. The data used consists of primary data obtained directly through questionnaires administered to respondents. The study population consists of all MSMEs in Kupang City, with a sample of 60 respondents selected using quota sampling, comprising 10 respondents from each of the 6 sub-districts in Kupang City. The data analysis techniques employed include descriptive and inferential statistical analysis using SPSS. Validation was conducted through validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The results indicate that human resources, business capital, and product quality have a positive and significant impact on the business success of Generation Z women-owned SMEs in Kupang City. Meanwhile, price has a significant but negative effect, meaning that inaccuracies in pricing can reduce consumer purchasing interest. On the other hand, business location does not have a significant effect, indicating that the role of location is diminishing as digital marketing evolves.*

Keywords: *Human Resources, Working Capital, Product Quality, Price, Business Success.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor internal (sumber daya manusia, modal usaha, dan kualitas produk) serta faktor eksternal (harga dan lokasi) terhadap keberhasilan usaha UMKM milik *women Generasi Z* di Kota Kupang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh secara langsung melalui kuesioner yang diberikan kepada responden. Populasi penelitian terdiri dari seluruh UMKM di Kota Kupang, dengan sampel sebanyak 60 responden yang dipilih menggunakan teknik sampling kuota, yang terdiri dari 10 responden dari masing-masing 6 kecamatan di Kota Kupang. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif dan inferensial menggunakan SPSS. Validasi dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sumber daya manusia, modal usaha, dan kualitas produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha UMKM milik perempuan Generasi Z di Kota Kupang. Sementara itu, harga memiliki efek yang signifikan namun negatif, artinya ketidakakuratan dalam penetapan harga dapat mengurangi minat beli konsumen. Di sisi lain, lokasi usaha tidak memiliki efek yang signifikan, yang menunjukkan bahwa peran lokasi semakin berkurang seiring dengan perkembangan pemasaran digital.

Kata kunci: *SDM, Modal Usaha, Kualitas Produk, Harga, Keberhasilan Usaha.*

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tetap menjadi pilar utama perekonomian Indonesia. Berdasarkan data tahun 2024 dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM tercatat sekitar 66 juta unit usaha dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai sekitar 60–61%, serta menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). Data ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat signifikan dalam menjaga stabilitas dan pertumbuhan ekonomi (Badan Pusat Statistik,

2024). Di tingkat daerah, termasuk Kota Kupang, perkembangan UMKM juga terus meningkat, terutama dari kalangan generasi muda seperti Women Generasi Z yang mulai aktif dalam berwirausaha.

Di tingkat daerah, termasuk Kota Kupang, perkembangan UMKM menunjukkan dinamika yang fluktuatif. Kondisi ini terlihat dari perubahan jumlah pelaku usaha yang tidak stabil dari tahun ke tahun, sehingga mencerminkan adanya tantangan dalam menjaga keberlanjutan usaha. Berikut ini disajikan tabel jumlah UMKM di Kota Kupang.

Tabel 1. Jumlah UMKM Kota Kupang

No.	Tahun	Jumlah
1.	2018	4.866
2.	2019	2.509
3.	2020	2.315
4.	2021	4.173
5.	2022	3.877

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi NTT, 2024

Fluktuasi jumlah UMKM di Kota Kupang menunjukkan bahwa keberhasilan usaha belum sepenuhnya stabil dan masih dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kompleks. Penurunan signifikan pada periode 2019–2020 serta kembali menurunnya jumlah UMKM pada tahun 2022 mengindikasikan adanya tantangan dalam mempertahankan keberlanjutan usaha. Meskipun terjadi peningkatan yang cukup tinggi pada tahun 2021, kondisi tersebut belum mampu menjamin konsistensi pertumbuhan UMKM. Fenomena ini menunjukkan bahwa tidak semua pelaku usaha mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis, baik yang disebabkan oleh faktor internal maupun eksternal.

Secara teoritis dan empiris, berbagai penelitian terdahulu telah mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan UMKM, seperti sumber daya manusia, modal usaha, dan kualitas produk yang cenderung memberikan pengaruh positif terhadap kinerja usaha. Namun demikian, hasil penelitian terkait variabel harga dan lokasi masih menunjukkan inkonsistensi. Beberapa studi menemukan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha, sementara penelitian lain menunjukkan pengaruh yang lemah atau bahkan negatif. Demikian pula dengan lokasi usaha, yang secara konvensional dianggap penting, tetapi dalam konteks digitalisasi justru mulai kehilangan relevansinya.

Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada UMKM secara umum dan belum secara spesifik mengkaji kelompok *Women Generasi Z* sebagai pelaku usaha yang memiliki karakteristik berbeda, seperti tingkat adopsi teknologi yang lebih tinggi, pola konsumsi digital, serta pendekatan bisnis yang lebih inovatif. Penelitian yang mengintegrasikan faktor internal (SDM, modal, kualitas produk) dan faktor eksternal (harga dan lokasi) dalam satu model penelitian juga masih terbatas, khususnya dalam konteks daerah seperti Kota Kupang.

Secara teoritis, SDM merupakan aset utama dalam organisasi yang menentukan efektivitas pengelolaan usaha, di mana kemampuan, keterampilan, dan pengalaman pelaku usaha sangat berpengaruh terhadap kinerja usaha (Suryana, 2013). Penelitian (Prabowo & Harahap, 2022) dan (Nuryatimah & Dahmiri, 2021) menunjukkan bahwa SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Selanjutnya, modal usaha dalam teori keuangan merupakan sumber daya penting untuk menjalankan operasional dan pengembangan usaha. Penelitian (Astriyani, 2024) dan (Minal Aidina & Rudini, 2021), menemukan bahwa modal usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Selain itu, kualitas produk dalam teori pemasaran didefinisikan sebagai kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian (Imom et al., 2018), menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Sementara itu, dari sisi faktor eksternal, harga merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, di mana harga yang tidak sesuai dapat menurunkan permintaan (Kotler dan Gary Armstrong., 2016). Penelitian (Gitama et al., 2022) dan (Iffan & Suharlin, 2022), menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Terakhir, lokasi usaha dalam teori lokasi memiliki peran dalam menentukan aksesibilitas dan daya tarik konsumen (Tjiptono, 2015), namun penelitian (Yansyah et al., 2023), menunjukkan bahwa lokasi tidak selalu berpengaruh signifikan, terutama dalam konteks perkembangan digitalisasi usaha.

Oleh karena itu, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu diisi, yaitu perlunya kajian empiris yang komprehensif mengenai pengaruh sumber daya manusia, modal usaha, kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keberhasilan usaha UMKM, khususnya pada *Women Generasi Z* di Kota Kupang. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam menjelaskan faktor dominan yang memengaruhi keberhasilan usaha serta menjadi dasar

dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM yang lebih adaptif dan berkelanjutan di era digital.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1. Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha merupakan kondisi di mana suatu usaha mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan, seperti peningkatan pendapatan, pertumbuhan usaha, dan keberlanjutan bisnis. Dalam perspektif kewirausahaan, keberhasilan usaha dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya yang dimiliki serta merespons perubahan lingkungan bisnis (Suryana, 2013). Indikator keberhasilan usaha umumnya meliputi peningkatan laba, jumlah pelanggan, dan keberlangsungan usaha.

2.2. Sumber Daya Manusia (SDM)

Teori manajemen sumber daya manusia menyatakan bahwa SDM merupakan faktor kunci dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. SDM yang memiliki kompetensi, keterampilan, dan pengalaman yang baik akan mampu mengelola usaha secara efektif dan efisien. Penelitian (Prabowo & Harahap, 2022) serta (Nuryatimah & Dahmiri, 2021) menunjukkan bahwa SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

H1: Sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

2.3. Modal Usaha

Modal merupakan faktor kunci dalam menentukan kesuksesan dan keberlanjutan suatu perusahaan. Bagi setiap usaha baik skala kecil, menengah, maupun besar, modal merupakan faktor krusial dalam menentukan tingkat produksi dan pendapatan. Modal adalah salah satu faktor atau input produksi yang dapat memengaruhi pendapatan, namun bukan satu-satunya faktor yang dapat meningkatkan pendapatan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Noordiana et al., 2020) dan (Reza, R. A. P., & Immanuela, 2023), menunjukkan bahwa modal berkontribusi terhadap keberhasilan perusahaan. Meskipun modal merupakan faktor penting dalam operasional dan pertumbuhan usaha, UMKM juga harus mempertimbangkan cara pengelolaan modal agar dapat dimanfaatkan secara efektif untuk mencapai tujuan bisnis

H2: Modal usaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

2.4. Kualitas Produk

Menurut teori pemasaran, kualitas produk adalah kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler dan Gary Amstrong., 2016). Kualitas Produk Kualitas produk sangat penting untuk kepuasan pelanggan dan keberhasilan bisnis. (Kotler, P., & Keller, 2022), kualitas suatu produk mengacu pada kemampuannya untuk menjalankan fungsinya, termasuk keandalan, daya tahan, keakuratan, kemudahan penggunaan dan perbaikan, dan kualitas lainnya. (Tjiptono, F. & Chandra, 2019) Kualitas produk didefinisikan sebagai kualitas produk, layanan, personel, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan. Kualitas produk yang tinggi meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mendorong persaingan.

H3: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

2.5. Harga

Penetapan harga merupakan salah satu aspek terpenting dalam kegiatan pemasaran dan penjualan. (Kotler et al., 2021), harga berkaitan dengan jumlah uang yang dibayarkan untuk suatu barang atau jasa, atau nilai yang dibayarkan pelanggan atas manfaat yang terkait dengan perolehan atau penggunaan barang atau jasa tersebut. (Tjiptono, F. & Chandra, 2019) Harga adalah satuan moneter atau ukuran lain yang digunakan untuk mendapatkan atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga secara langsung memengaruhi laba perusahaan karena menentukan jumlah keuntungan yang diperoleh dari penjualan produk.

H4: Harga berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

2.6. Lokasi Usaha

Lokasi merupakan faktor terpenting yang perlu dipertimbangkan. Lokasi adalah faktor kunci dan tak diragukan lagi menentukan kesuksesan sebuah perusahaan. Saat memilih lokasi usaha, pemilik usaha harus mempertimbangkan lokasi tersebut dengan cermat, karena hal itu berdampak langsung pada kesuksesan usaha. Kesuksesan sebuah perusahaan bergantung pada banyak faktor. Hal ini mirip dengan memilih tempat. Memilih lokasi yang tepat merupakan salah satu pertimbangan utama bagi para wirausahawan sebelum memulai usaha. Memilih lokasi yang tepat sering kali menjadi faktor penentu kesuksesan perusahaan (Astriyani, 2024). Namun, penelitian oleh (Yansyah

et al., 2023) menunjukkan bahwa lokasi bisnis tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan bisnis.

H5: Lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengkaji pengaruh beberapa variabel terhadap keberhasilan usaha UMKM milik perempuan Generasi Z di Kota Kupang. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh secara langsung melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden. Populasi penelitian terdiri dari seluruh UMKM di Kota Kupang, dengan sampel sebanyak 60 responden yang dipilih menggunakan teknik *quota sampling*, yang terdiri dari 10 responden dari masing-masing 6 kecamatan di Kota Kupang, yaitu (Kecamatan Alak, Kecamatan Maulafa, Kecamatan Oebobo, Kecamatan Kelapa Lima, Kecamatan Kota Raja, dan Kecamatan Kota Lama). Pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala Likert untuk menilai persepsi responden terhadap variabel yang diteliti.

Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif dan inferensial dengan bantuan SPSS. Pengujian dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen (SDM, modal usaha, kualitas produk, harga, dan lokasi) terhadap variabel dependen (keberhasilan usaha). Selain itu, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi untuk melihat tingkat kontribusi variabel independen dalam menjelaskan keberhasilan usaha.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbukti valid; oleh karena itu, semua pernyataan yang terdapat dalam kuesioner penelitian dianggap valid untuk analisis mendalam lebih lanjut, karena menghasilkan skor validitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan semua indikator dari enam variabel valid, yaitu X1, X2, X3, X4, X5, dan Y.

Uji reliabilitas untuk 6 (enam) atribut pernyataan yang terlibat dalam setiap variabel-kualitas sumber daya manusia (X1), modal usaha (X2), kualitas produk (X3), harga (X4), lokasi

(X5), dan keberhasilan usaha (Y), menghasilkan nilai alpha sebesar 0,756, 0,740, 0,774, 0,802, 0,757, dan 0,765, masing-masing. Dengan demikian, nilai-nilai atribut yang terlibat dalam pengukuran variabel-variabel ini memenuhi kriteria *Cronbach's Alpha* karena nilai-nilai alpha melebihi ambang batas 0,60.

4.1.2. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik (*uji Kolmogorov-Smirnov*). Uji Kolmogorov-Smirnov memiliki kriteria: jika nilai sig atau probabilitas $> 0,05$, maka distribusi normal. Nilai normalitas pada penelitian ini yaitu 0.630 ($0.630 > 0.05$), yang artinya data sudah berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak ada satu pun variabel independen yang memiliki nilai toleransi kurang dari 0,1. Demikian pula, tidak ada nilai VIF untuk variabel-variabel tersebut yang melebihi 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi sempurna di antara variabel-variabel independen, yang berarti model regresi ini tidak mengalami multikolinearitas. Selain itu, uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas, yang mengindikasikan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi. Akibatnya, model regresi ini cocok untuk digunakan dengan baik variabel dependen maupun variabel independen.

4.1.3. Uji Regresi Linier Berganda

a. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 1. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R-Square	Std. Error of the Estimate
1	.955 ^a	.912	.903	.72000

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X1, X2, X4

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Tabel di atas memberikan informasi tentang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 90,3%, sedangkan 9,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

b. Uji t

Tabel 2. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.776	1.649		-1.077	.286
	X1	.384	.127	.183	3.029	.004
	X2	1.751	.161	.932	10.891	.000
	X3	.242	.084	.221	2.867	.006
	X4	-.673	.223	-.329	-3.013	.004
	X5	-.042	.045	-.038	-.941	.351

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Nilai uji t variabel sumber daya manusia X1 sebesar $3,029 > 2,0017$. Sedangkan nilai *sig* untuk sumber daya manusia (X1) adalah sebesar $0,004 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel sumber daya manusia berpengaruh terhadap variabel keberhasilan usaha. Nilai uji t variabel modal usaha X2 sebesar $10,891 > 2,0017$. Sedangkan nilai *sig* untuk modal usaha (X2) adalah sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel modal usaha berpengaruh terhadap variabel keberhasilan usaha. Nilai uji t variabel kualitas produk X3 sebesar $2,867 > 2,0017$. Sedangkan nilai *sig* untuk kualitas produk (X3) adalah sebesar $0,006 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel keberhasilan usaha. Nilai uji t harga X4 sebesar $-3.013 < 2.0017$. Sedangkan nilai *sig* untuk kualitas produk (X4) adalah sebesar $0,004 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel harga berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel harga. Nilai Uji t lokasi X5 sebesar $-0.941 < 2,0017$. Sedangkan nilai *sig* untuk kualitas produk (X5) adalah sebesar $0,351 > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap variabel harga.

c. Uji F

Tabel 3. Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	288.406	5	57.681	111.267	.000 ^a

	Residual	27.994	54	.518		
	Total	316.400	59			

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X1, X2, X4

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Tabel ANOVA menunjukkan nilai p sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sumber daya manusia, modal usaha, kualitas produk, harga, dan lokasi secara bersama-sama memengaruhi kesuksesan usaha. Hal ini didasarkan pada tingkat signifikansi 0,05, dan nilai p berada di bawah 0,05 (0,000). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen (X1, X2, X3, X4, X5) secara bersamaan memengaruhi variabel dependen (Y).

4.2. Pembahasan

4.2.1. Sumber Daya Manusia Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan, variabel sumber daya manusia sebesar $3.029 > 2,0017$. Sedangkan nilai sig untuk sumber daya manusia (X1) adalah sebesar $0,004 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sumber daya manusia berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha, yang artinya semakin tinggi kualitas sumber daya manusia dapat meningkatkan keberhasilan usaha.

Keberadaan sumber daya manusia menjadi sangat penting dalam mewujudkan keberhasilan suatu usaha karena segala kewenangan dan tanggung jawab berkaitan dengan keberadaan sumber daya manusia dan kapasitas sumber daya manusia yang harus tersedia. Ada 2 poin penting terkait dengan sumber daya manusia, yaitu kualitas dan kuantitas. Peningkatan kualitas sumber daya manusia pada UMKM *women* generasi Z yang tersebar pada 6 kecamatan di Kota Kupang dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu adanya kompetensi kerja, pengalaman kerja, dan keterampilan kerja, sehingga berdampak pada keberhasilan usaha UMKM yang dikelola oleh *women* generasi Z.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh (Nuryatimah & Dahmiri, 2021), (Prabowo & Harahap, 2022) serta (Lestari et al., 2024) yang menunjukkan bahwa kompetensi sumber daya manusia memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan bisnis. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas sumber daya manusia memengaruhi kesuksesan suatu bisnis. Hal ini dimaksudkan agar individu dapat mengembangkan diri dan menjadi anggota

masyarakat yang produktif, sehingga memungkinkan mereka untuk sepenuhnya merealisasikan potensi sumber daya yang mereka miliki. Berdasarkan hasil penelitian yang diuji oleh penulis dan setelah membandingkannya dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan, dapat disimpulkan bahwa kualitas sumber daya manusia merupakan pertimbangan utama bagi pemilik bisnis. Semakin tinggi kualitas sumber daya manusia, semakin besar kemungkinan kesuksesan bisnis. Pengelolaan sumber daya manusia harus ditangani secara efektif.

4.2.2. Modal Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan, variabel modal usaha sebesar $10,891 > 2,0017$. Sedangkan nilai sig untuk modal usaha adalah sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa modal usaha dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan keberhasilan usaha UMKM *Women* Generasi Z. Besar-kecilnya modal usaha akan berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Terdapat beberapa modal yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis/usaha pada UMKM *Women* Generasi Z yang tersebar di 6 kecamatan di Kota Kupang, yaitu modal usaha sendiri dan pinjaman. Selain itu, pelaku UMKM *Women* Generasi Z beranggapan bahwa menjalankan usaha dengan menyediakan modal usaha yang besar akan memberikan hasil/keuntungan yang tinggi juga.

Hasil temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, yaitu oleh (Noordiana et al., 2020), (Reza, R. A. P., & Immanuela, 2023) serta (Andani, 2024), yang menjelaskan bahwa modal usaha memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap keberhasilan usaha; artinya, ketika modal usaha kuat, kesuksesan usaha pun meningkat. Namun, perlu dipahami bahwa uang merupakan hal yang esensial dalam sebuah usaha. Masalahnya di sini bukanlah apakah modal itu penting atau tidak, karena keberadaannya memang sangat penting, melainkan bagaimana mengelola modal secara optimal agar bisnis dapat berjalan dengan lancar. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji dan setelah membandingkannya dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan. Dalam hal ini, berdasarkan data, dapat disimpulkan bahwa modal usaha merupakan pertimbangan utama bagi pemilik usaha. Semakin besar modal usaha, semakin besar pula kemungkinan keberhasilan usaha mereka.

4.2.3. Kualitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan, variabel kualitas produk sebesar $2,867 > 2,0017$. Sedangkan nilai sig kualitas produk adalah sebesar $0,006 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel keberhasilan usaha, artinya semakin baik kualitas produk yang dihasilkan oleh UMKM Women Generasi Z di Kota Kupang akan meningkatkan minat konsumen terhadap produk tersebut sehingga akan berdampak pada keberhasilan usaha tersebut.

Kualitas produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha harus memenuhi kebutuhan konsumen, baik berupa barang maupun jasa. Kualitas produk yang dihasilkan oleh UMKM *Women Generasi Z* yang tersebar di 6 kecamatan di Kota Kupang yaitu produk yang lebih berkualitas dibandingkan dengan produk usaha yang sejenis. Produk yang disajikan menggunakan bahan terbaik, tingkat kebersihan, banyak varian produk yang disajikan di dalam menu, penyajian produk yang menarik dengan tampilan produk yang disajikan sesuai dengan tampilan yang tertera. Selain itu, menu makanan juga tertera, serta berbagai jenis minuman dan *snack* pelengkap.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Imom et al., 2018), (Hamid et al., 2022) dan (Wahyuni & Novati, 2023) yang menemukan bahwa faktor-faktor produk tercermin dalam kualitas, manfaat, desain, dan siklus hidup produk. Karena itulah, produk memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan bisnis dalam penelitian ini. Dalam konteks ini, kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsinya mencakup masa pakai, keandalan, kemudahan penggunaan dan pemeliharaan, serta atribut nilai lainnya (Kotler dan Gary Amstrong., 2016). Berdasarkan temuan penelitian yang diuji oleh penulis dan setelah membandingkannya dengan penelitian sebelumnya yang relevan. Dalam konteks ini, berdasarkan data, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan salah satu pertimbangan utama bagi pemilik bisnis. Semakin baik kualitas suatu produk, semakin besar pula kesuksesannya dalam bisnis. Kualitas produk harus dikelola secara efektif.

4.2.4. Harga Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan, variabel harga sebesar $-3.013 < 2.0017$. Sedangkan nilai sig harga adalah sebesar $0,004 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel keberhasilan usaha, artinya harga jual yang ditawarkan oleh UMKM Women Generasi Z Kota Kupang kepada

konsumen berpengaruh terhadap keputusan untuk membeli produk tersebut sehingga secara tidak langsung dapat berdampak terhadap keberhasilan usaha.

Faktor-faktor yang menentukan harga jual suatu produk pada UMKM Women Generasi Z tersebar pada 6 kecamatan di Kota Kupang, yaitu harga produk yang ditetapkan sesuai dengan rasa dan mutu dari produk, harga produk yang ditetapkan terjangkau, harga yang dibayarkan konsumen, dan konsumen memperoleh kenyamanan saat berkunjung ke tempat usaha. Permintaan dan penawaran akan berada dalam keseimbangan pada harga pasar jika jumlah yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan, tetapi jika harga naik, maka permintaan akan turun. Sementara itu, jika harga naik, maka penawaran barang dan jasa akan meningkat. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, diharapkan dapat semakin baik dalam menentukan harga jual.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuni & Novati, 2023) dan (Wahyuni & Novati, 2023) yang mana variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan hasil penelitian ini dan setelah membandingkannya dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan, dapat disimpulkan dari data bahwa harga merupakan salah satu pertimbangan utama bagi para pemilik usaha. Semakin tepat penetapan harga suatu produk, semakin besar pula peluang kesuksesan usaha tersebut. Penetapan harga produk harus dikelola secara efektif dan tepat.

4.2.5. Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil analisis regresi, koefisien untuk variabel lokasi adalah $-0,941 < 2,0017$. Sementara itu, nilai signifikansi untuk lokasi usaha adalah $0,351 > 0,05$; oleh karena itu, H_1 ditolak dan H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak memengaruhi kesuksesan usaha; dengan kata lain, lokasi usaha bukanlah pertimbangan bagi UMKM milik *women Generasi Z* di Kota Kupang dan karenanya tidak berdampak langsung terhadap keberhasilan. Menurut para pelaku UMKM milik *women Generasi Z* di Kota Kupang saat ini, lokasi usaha yang strategis bukanlah faktor utama dalam menarik daya beli konsumen karena masyarakat kini lebih mengandalkan penjualan daring dalam menjalankan bisnis mereka. Salah satu keunggulan penjualan daring adalah promosi dapat menjangkau pelanggan lebih cepat melalui platform seperti *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, dan lain-lain. Penjualan daring secara otomatis melibatkan biaya pengiriman, yang dapat meningkatkan laba. Nilai tambah untuk laba yang lebih tinggi berasal dari biaya pengiriman yang

didasarkan pada lokasi pelanggan. Dan seperti yang diamati saat ini, orang-orang lebih cenderung memesan secara daring daripada pergi langsung ke toko untuk berbelanja.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yansyah et al., 2023) dan (Andani, 2024), yang menyatakan bahwa variabel lokasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diverifikasi oleh penulis, serta setelah membandingkannya dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan, dapat disimpulkan dari data tersebut bahwa lokasi bukanlah pertimbangan utama bagi para pemilik usaha.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa sumber daya manusia, modal usaha, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Women Generasi Z di Kota Kupang. Hal ini menegaskan bahwa peningkatan kompetensi, pengelolaan modal yang baik, serta kualitas produk yang unggul menjadi faktor utama dalam mendorong keberhasilan usaha. Sementara itu, harga berpengaruh signifikan namun bersifat negatif, yang berarti ketidaktepatan dalam penetapan harga dapat menurunkan minat beli konsumen. Di sisi lain, lokasi usaha tidak berpengaruh signifikan, mengindikasikan bahwa peran lokasi semakin berkurang seiring berkembangnya pemasaran digital.

Pelaku UMKM disarankan untuk meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan dan pengalaman, serta mengelola modal secara efektif untuk mendukung pengembangan usaha. Selain itu, penting untuk menjaga kualitas produk dan menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli serta nilai produk. Pemanfaatan teknologi digital dan media sosial juga perlu dioptimalkan untuk memperluas pasar. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain seperti digital marketing, inovasi, dan kemitraan untuk memperkaya kajian tentang keberhasilan usaha UMKM.

6. DAFTAR REFERENSI

- Andani, F. (2024). *Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Mebel Di Kecamatan Mersam*. Universitas Jambi.
- Astriyani, R. (2024). Pengaruh Lokasi, Modal dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta (JKMT)*, 2(2), 59–69.
- Gitama, G. N. D. P., Fariza, M., Kartika, I., & Amroni. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan media sosial terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Digit*, 13(2), 154–167.

- Hamid, N., Asgar, M., & Alimusa, L. O. (2022). Determinan Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil Era Pandemi Covid-19 Di Kota Kendari. *Journal Economics Technology And Entrepreneur*, 01(01), 28–45.
- Iffan, M., & Suharlin, S. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha Dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha. *JEMBA: Journal Of Economics, Management, Business, And Accounting*, 2(1), 57–65.
- Imom, W., Altje, T., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Dan Kegagalan Pada Strategi Pemasaran Toko Sepatu Payless Cabang Megamal. *JURNAL EMBA : JURNAL RISET EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 6(3).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management (15th ed.)* (Edisi 5). Pearson Education.
- Kotler dan Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 12,). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong., & Gary. (2021). *Principles of Marketing, 8th Edition* (Edisi 8). Pearson Education.
- Lestari, M., Daeli, M., & Damanik, A. S. (2024). PERAN STRATEGIS SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI DAN MOTIVASI KARYAWAN TERHADAP KINERJA DI SEKTOR TOKO DAN UMKM. *Jiic: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA*, 1(9), 6363–6372.
- Minal Aidina, & Rudini, A. (2021). PENGARUH MODAL USAHA DAN LOKASI USAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BIDANG PANGAN DI SAMPIT. *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(2), 47–57.
- Noordiana, N., Yulia, R., & Rupilu, W. (2020). Upaya Meningkatkan Keberhasilan UMKM yang Dikelola Oleh Wanita melalui Variabel Kontekstual. *Relasi Jurnal Ekonomi*, 16(1), 136–162.
- Nuryatimah, P., & Dahmiri. (2021). Pengaruh Motivasi, Kompetensi dan Efikasi Diri Terhadap Keberhasilan UMKM Sale Pisang Purwobakti Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 10(03), 485–496.
- Prabowo, & Harahap, N. (2022). Pengaruh Keterampilan Dan Kemampuan Sumber Daya Manusia Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Minuman Bubble Drink Di Lubuk Pakam. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS Vol.*, 1(1), 139–150.
- Reza, R. A. P., & Immanuela, I. (2022). (2023). Pengaruh penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, dan karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah di

- Kota Madiun. *JRMA (Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi)*, 10(3), 190–200.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33508/jrma.v10i3>
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. (Edisi Ke 4). Selemba Empat.
<https://penerbitsalemba.com/buku/02-0239-kewirausahaan-kiat-dan-proses-menuju-sukses-e4>
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2019). *Service, Quality Dan Customer Satisfaction Edisi 5* (Edisi 5). Andi Offset.
https://books.google.co.id/books/about/Service_Quality_Dan_Customer_Satisfactio.html?hl=id&id=-zHvzwEACAAJ&redir_esc=y
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4* (Edisi 4). Andi Offset.
- Wahyuni, N., & Novati, F. (2023). Variabel yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha di Pasar Pramuka Jakarta Timur. *JURNAL IKRATH-EKONOMIKA*, 6(2), 274–283.
<https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Yansyah, R., Yunsepa, Y., Malini, H., Studi, P., Stie, M., & Sakti, D. (2023). **KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PENJAHIT PAKAIAN DI KECAMATAN BATURAJA TIMUR**. *Kolegial*, 11(1), 56–68.