Science and Education Journal
Vol 5 No 2 (2026)
E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Omzet Penjualan (UMKM) Di Desa Mendalo Indah, Kecamatan Jambi Luar Kota

Raskita Br Ginting[1], Dra. Muazza[2], Destri Yaldi[3]
[1]Universitas Jambi, raskitaginting04@gmail.com
[2]Universitas Jambi, muazza@unja.ac.id
[3]Universitas Jambi, destriyaldi@unja.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah, Kecamatan Jambi Luar Kota. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis faktor Principal Component Analysis (PCA). Populasi dalam penelitian ini berjumlah 188 pelaku UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah. Sampel penelitian sebanyak 128 responden yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sembilan variabel yang dianalisis terbentuk dua faktor utama yang memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner. Faktor pertama adalah Faktor Operasional Usaha yang terdiri atas variabel tenaga kerja, jam operasional, dan pemanfaatan teknologi digital dengan kontribusi sebesar 31,813%, sehingga menjadi faktor yang paling dominan. Faktor kedua adalah Faktor Keunggulan Produk yang dibentuk oleh variabel kualitas produk dengan kontribusi sebesar 27,546%. Secara keseluruhan, kedua faktor tersebut mampu menjelaskan 59,359% dari total variasi data. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa omzet penjualan UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah dipengaruhi oleh faktor operasional usaha dan faktor keunggulan produk. Faktor operasional usaha menjadi faktor yang paling dominan sehingga perlu mendapat perhatian lebih dalam upaya meningkatkan omzet penjualan dan pengembangan UMKM kuliner.

Kata Kunci: *Analisis Faktor, Omzet Penjualan, UMKM Kuliner, Operasional Usaha, Keunggulan Produk.*

Abstract

This study aims to analyze the factors that influence the sales turnover of culinary SMEs in Mendalo Indah Village, Jambi Luar Kota District. This study uses a quantitative approach with the Principal Component Analysis (PCA) method. The population in this study consists of 188 culinary SME actors in Mendalo Indah Village. The research sample consists of 128 respondents selected using simple random sampling. Data were collected through the distribution of questionnaires and analyzed using SPSS software. The results show that out of nine variables analyzed, two main factors influence the sales turnover of culinary SMEs. The first factor is the Business Operational Factor, consisting of the variables of labor, operating hours, and use of digital technology, contributing 31.813%, making it the most dominant factor. The second factor is the Product Excellence Factor, formed by the product quality variable with a contribution of 27.546%. Overall, these two factors are able to explain 59.359% of the total data variation. Based on the research results, it can be concluded that the sales revenue of culinary SMEs in Mendalo Indah Village is influenced by business operational factors and product excellence factors. Business operational factors are the most dominant factors and therefore need more attention in efforts to increase sales revenue and develop culinary SMEs.

Keywords: *Factor Analysis, Sales Revenue, Culinary SMEs, Business Operations, Product Excellence.*

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Corresponding Author:
Raskita Br Ginting

Universitas Jambi, raskitaginting04@gmail.com

PENDAHULUAN

1. *Permasalahan Penelitian*

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, serta pemerataan pembangunan ekonomi. Selain itu, UMKM juga terbukti mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi sehingga menjadi salah satu penopang utama perekonomian Indonesia. Di Provinsi Jambi, perkembangan UMKM menunjukkan tren yang cukup positif, terutama pada sektor kuliner yang terus mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk makanan dan minuman.

Salah satu wilayah yang memiliki perkembangan UMKM kuliner cukup pesat adalah Desa Mendalo Indah, Kecamatan Jambi Luar Kota. Lokasi Desa Mendalo Indah yang berada di sekitar kawasan Universitas Jambi menjadikan wilayah ini memiliki aktivitas ekonomi yang tinggi. Banyak pelaku usaha memanfaatkan kondisi tersebut dengan membuka berbagai jenis usaha kuliner, seperti rumah makan, warung makan, kedai minuman, usaha makanan ringan, serta berbagai bentuk usaha kuliner lainnya. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, terdapat 188 pelaku UMKM kuliner yang aktif menjalankan usahanya di Desa Mendalo Indah.

Meskipun berada pada wilayah yang sama dan memiliki peluang pasar yang relatif serupa, omzet penjualan yang diperoleh masing-masing pelaku UMKM menunjukkan perbedaan yang cukup signifikan. Sebagian pelaku usaha mampu memperoleh omzet yang tinggi dan mengalami perkembangan usaha yang baik, sementara sebagian lainnya memperoleh omzet yang relatif rendah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa terdapat berbagai faktor yang memengaruhi keberhasilan pelaku UMKM dalam meningkatkan omzet penjualan usahanya.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM kuliner, ditemukan bahwa terdapat berbagai faktor yang diduga memengaruhi omzet penjualan, antara lain lokasi usaha, harga produk, kualitas produk, promosi, pemanfaatan teknologi digital, jam operasional, kualitas pelayanan, tenaga kerja, dan persaingan usaha. Namun demikian, belum diketahui faktor mana yang paling dominan memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah. Oleh karena itu, diperlukan suatu penelitian yang mampu mengidentifikasi dan mengelompokkan faktor-faktor tersebut sehingga diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai faktor utama yang memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner.

2. *Wawasan dan Rencana Pemecahan Masalah*

Permasalahan mengenai perbedaan omzet penjualan antar pelaku UMKM kuliner memerlukan suatu pendekatan yang mampu menjelaskan hubungan berbagai variabel yang memengaruhi keberhasilan usaha. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis faktor dengan pendekatan Principal Component Analysis (PCA). Metode ini dipilih karena mampu menyederhanakan sejumlah variabel yang saling berkaitan menjadi beberapa faktor utama yang lebih representatif.

Melalui analisis faktor, berbagai variabel yang diduga memengaruhi omzet penjualan seperti lokasi usaha, harga produk, kualitas produk, promosi, pemanfaatan teknologi digital, jam operasional, kualitas pelayanan, tenaga kerja, dan persaingan usaha dapat dikelompokkan berdasarkan keterkaitannya. Hasil pengelompokan tersebut diharapkan

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

mampu menunjukkan faktor-faktor dominan yang paling berpengaruh terhadap omzet penjualan UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah. Informasi mengenai faktor dominan tersebut sangat penting bagi pelaku UMKM maupun pemerintah daerah. Bagi pelaku UMKM, hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar dalam menentukan strategi pengembangan usaha yang lebih tepat. Sementara itu, bagi pemerintah daerah dan instansi terkait, hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan program pembinaan dan pemberdayaan UMKM yang lebih efektif sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha.

3. *Rumusan Tujuan Penelitian*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah, Kecamatan Jambi Luar Kota menggunakan metode analisis faktor *Principal Component Analysis (PCA).* Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang terbentuk dari berbagai variabel yang memengaruhi omzet penjualan serta menentukan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah.

4. *Rangkuman Kajian Teoritik*

Omzet penjualan merupakan seluruh pendapatan kotor yang diperoleh suatu usaha dari hasil penjualan barang atau jasa dalam periode tertentu sebelum dikurangi berbagai biaya operasional seperti biaya listrik, air, sewa tempat, gaji karyawan, promosi, distribusi, serta perlengkapan usaha. Omzet penjualan sering digunakan sebagai indikator keberhasilan usaha karena mencerminkan kemampuan usaha dalam menghasilkan pendapatan, menarik konsumen, serta menunjukkan perkembangan usaha dari waktu ke waktu (Siadari, 2023). Semakin tinggi omzet yang diperoleh, semakin besar pula peluang usaha untuk berkembang, meningkatkan daya saing, serta memperluas skala usahanya (Kusumawati & Mulyani, 2024).

Berbagai teori dan penelitian terdahulu menjelaskan bahwa omzet penjualan dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal usaha. Salah satu faktor yang berpotensi memengaruhi omzet penjualan adalah lokasi usaha. Menurut (Ali & Khuzaini, 2017) lokasi usaha merupakan tempat berlangsungnya aktivitas bisnis yang (Nainggolan, et al 2025) dapat memengaruhi aksesibilitas konsumen, efisiensi operasional, serta potensi keuntungan usaha. Lokasi yang strategis memungkinkan konsumen lebih mudah menjangkau produk atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan dan volume penjualan (Zaidan & Siregar, 2025) Hal ini sejalan dengan teori *accessibility and convenience* yang menyatakan bahwa konsumen cenderung memilih usaha yang mudah dijangkau dan memberikan kenyamanan dalam melakukan pembelian

Selain lokasi usaha, harga produk juga menjadi faktor penting yang memengaruhi omzet penjualan. Harga merupakan sejumlah nilai dalam bentuk uang yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa beserta manfaat yang ditawarkan (Mardiyah & Rosmita, 2022) Dalam perspektif *value-based pricing*, harga yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen akan meningkatkan minat beli dan mendorong peningkatan penjualan (Meivira, 2025). Oleh karena itu, kemampuan pelaku UMKM dalam menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan daya beli konsumen menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan omzet usaha.

Kualitas produk juga berperan penting dalam menentukan keberhasilan usaha. Menurut (Maramis, 2018) kualitas produk merupakan karakteristik suatu barang atau jasa yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Produk yang memiliki kualitas baik akan menciptakan kepuasan pelanggan, meningkatkan loyalitas konsumen, serta mendorong terjadinya pembelian ulang (Ni Luh Nurkariani, 2022). Dalam konteks UMKM

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

kuliner, kualitas produk dapat dilihat dari aspek kinerja produk (performance), daya tahan (durability), kesesuaian (conformance), dan fitur produk (features) yang dirasakan oleh konsumen (Kumrotin & Susanti, 2021).

Di samping faktor-faktor tersebut, promosi dan pemanfaatan teknologi digital juga menjadi bagian penting dalam meningkatkan omzet penjualan UMKM. Pemanfaatan teknologi digital melalui media sosial, aplikasi pesan singkat, maupun platform pemasaran daring memungkinkan pelaku usaha memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran. Teknologi digital memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam memperkenalkan produk, membangun hubungan dengan konsumen, serta meningkatkan peluang terjadinya transaksi.

Faktor operasional usaha seperti jam operasional, kualitas pelayanan, dan tenaga kerja juga memiliki peran penting dalam mendukung peningkatan omzet penjualan. Jam operasional yang sesuai dengan kebutuhan konsumen akan memperbesar peluang terjadinya transaksi. Kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, sedangkan tenaga kerja yang produktif dapat meningkatkan efektivitas operasional usaha. Selain itu, persaingan usaha turut memengaruhi kemampuan UMKM dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan penjualan melalui berbagai strategi yang diterapkan.

Berdasarkan berbagai teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat dipahami bahwa omzet penjualan UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, baik yang berasal dari aspek pemasaran, kualitas produk, teknologi, maupun operasional usaha. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang mampu mengidentifikasi faktor-faktor utama yang paling dominan memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah. Dalam penelitian ini digunakan metode *Principal Component Analysis* (PCA) untuk mengelompokkan berbagai variabel yang diteliti ke dalam faktor-faktor utama sehingga dapat diketahui faktor yang paling berpengaruh terhadap omzet penjualan UMKM kuliner.

METODE

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis faktor (*Factor Analysis*) melalui pendekatan *Principal Component Analysis* (PCA). Penelitian dilaksanakan di Desa Mendalo Indah, Kecamatan Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan faktor-faktor yang memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM kuliner yang berada di Desa Mendalo Indah, Kecamatan Jambi Luar Kota, yang berjumlah 188 pelaku usaha. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik *simple random sampling* sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden penelitian. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, diperoleh jumlah sampel sebanyak 128 responden.

Teknik Pengumpulan Data dan Pengembangan Instrumen

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, laporan instansi terkait, dan dokumen yang relevan dengan penelitian. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian,

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

yaitu lokasi usaha, harga produk, kualitas produk, promosi, pemanfaatan teknologi digital, jam operasional, kualitas pelayanan, tenaga kerja, dan persaingan usaha.

Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan konsisten. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Product Moment Pearson, sedangkan uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi lebih besar dari nilai r tabel dan dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 27. Tahapan analisis faktor meliputi uji Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan Bartlett's Test of Sphericity untuk mengetahui kelayakan data dianalisis menggunakan analisis faktor. Selanjutnya dilakukan pengujian Measure of Sampling Adequacy (MSA) melalui matriks anti-image untuk menentukan variabel yang layak dipertahankan dalam model. Faktor-faktor yang terbentuk diekstraksi menggunakan metode Principal Component Analysis (PCA) dengan kriteria nilai eigenvalue lebih besar dari 1. Faktor yang terbentuk kemudian dirotasi menggunakan metode Varimax untuk memperoleh struktur faktor yang lebih jelas dan memudahkan interpretasi hasil penelitian. Faktor-faktor yang memiliki nilai *loading factor* tertinggi selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam penamaan faktor dan penentuan faktor dominan yang memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah, Kecamatan Jambi Luar Kota.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah Kecamatan Jambi Luar Kota. Analisis dilakukan menggunakan metode Principal Component Analysis (PCA) terhadap sembilan variabel, yaitu lokasi usaha, harga produk, kualitas produk, promosi, pemanfaatan teknologi digital, jam operasional, kualitas pelayanan, tenaga kerja, dan persaingan usaha. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat dua faktor utama yang memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner.

Hasil Analisis Faktor

Hasil ekstraksi faktor menunjukkan bahwa terdapat dua faktor yang memenuhi kriteria eigenvalue lebih besar dari 1. Faktor pertama memiliki nilai eigenvalue sebesar 1,273 dengan kontribusi varians sebesar 31,813%, sedangkan faktor kedua memiliki nilai eigenvalue sebesar 1,102 dengan kontribusi varians sebesar 27,546%. Secara keseluruhan kedua faktor tersebut mampu menjelaskan 59,359% dari total variasi data penelitian.

Tabel 1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Omzet Penjualan UMKM (Kuliner) Di Desa Mendalo Indah Kecamatan Jambi Luar Kota

Faktor	**Variabel Pembentuk**	**Factor Loading**
Operasional Usaha	Tenaga Kerja	0,668
	Jam Operasional	0,651
	Pemanfaatan Teknologi Digital	0,354
Keunggulan Produk	Kualitas Produk	0,528

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Keterangan:

- Faktor Operasional Usaha : 31,813%
- Faktor Keunggulan Produk : 27,546%

Berdasarkan Tabel 1, analisis faktor menghasilkan dua faktor utama yang memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah. Faktor pertama diberi nama faktor operasional usaha karena terdiri atas variabel tenaga kerja, jam

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

operasional, dan pemanfaatan teknologi digital yang berkaitan dengan aktivitas operasional dan pengelolaan usaha sehari-hari. Faktor kedua diberi nama faktor keunggulan produk karena terbentuk dari variabel kualitas produk yang mencerminkan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Nilai kontribusi kedua faktor sebesar 59,359% menunjukkan bahwa lebih dari separuh variasi omzet penjualan UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah dapat dijelaskan oleh faktor operasional usaha dan faktor keunggulan produk. Sementara itu, sebesar 40,641% variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Faktor Operasional Usaha

Faktor operasional usaha merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah dengan kontribusi sebesar 31,813%. Faktor ini terdiri atas tenaga kerja, jam operasional, dan pemanfaatan teknologi digital. Variabel tenaga kerja memiliki nilai factor loading tertinggi sebesar 0,668, diikuti oleh jam operasional sebesar 0,651 dan pemanfaatan teknologi digital sebesar 0,354.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM kuliner dalam meningkatkan omzet penjualan sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya manusia, menentukan jam operasional yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, serta memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usaha. Tenaga kerja yang memadai mampu meningkatkan produktivitas dan kualitas pelayanan sehingga berdampak pada peningkatan kinerja usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Widiastuti dan Marhaeni (2024) yang menyatakan bahwa produktivitas tenaga kerja berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha karena tenaga kerja berperan langsung dalam proses produksi maupun pelayanan kepada konsumen.

Jam operasional yang sesuai juga memberikan peluang yang lebih besar bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen dan meningkatkan volume penjualan. Semakin tepat waktu operasional usaha dijalankan, semakin besar pula kesempatan konsumen untuk melakukan transaksi. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dapat membantu pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas promosi, serta mempermudah komunikasi dengan pelanggan. Temuan ini didukung oleh Purwana, Rahmi, dan Aditya (2017) yang menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan daya saing dan kinerja pemasaran UMKM melalui penggunaan media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi bisnis.

2. Faktor Keunggulan Produk

Faktor keunggulan produk memiliki kontribusi sebesar 27,546% terhadap omzet penjualan UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah. Faktor ini terbentuk dari variabel kualitas produk dengan nilai factor loading sebesar 0,528.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan aspek penting yang memengaruhi omzet penjualan UMKM. Produk yang memiliki cita rasa yang baik, kualitas yang konsisten, serta mampu memenuhi harapan konsumen akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian ulang. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsi-fungsinya sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi salah satu kekuatan utama dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing UMKM kuliner. Produk yang berkualitas tidak hanya mampu menarik konsumen baru, tetapi juga menciptakan loyalitas pelanggan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan omzet penjualan. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu menjaga konsistensi kualitas produk agar tetap mampu bersaing di tengah perkembangan industri kuliner yang semakin kompetitif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa omzet penjualan UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu faktor operasional usaha dan faktor keunggulan produk. Faktor operasional usaha menjadi faktor yang paling

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

dominan, sehingga perlu mendapatkan perhatian lebih dalam upaya peningkatan omzet penjualan dan pengembangan usaha. Di sisi lain, kualitas produk tetap menjadi faktor penting yang harus dipertahankan karena berperan dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan omzet penjualan UMKM dapat dicapai melalui pengelolaan operasional usaha yang efektif serta penyediaan produk yang berkualitas secara berkelanjutan.

Singkatan dan Akronim

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bentuk usaha produktif yang menjadi objek penelitian ini. Selanjutnya dalam artikel ini digunakan singkatan UMKM. Principal Component Analysis (PCA) merupakan metode analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner. Selanjutnya dalam artikel ini digunakan singkatan PCA.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi omzet penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner di Desa Mendalo Indah Kecamatan Jambi Luar Kota menggunakan metode Principal Component Analysis (PCA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua faktor utama yang memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner, yaitu Faktor Operasional Usaha dan Faktor Keunggulan Produk.

Faktor Operasional Usaha merupakan faktor yang paling dominan dengan kontribusi sebesar 31,813%, yang terdiri atas variabel tenaga kerja, jam operasional, dan pemanfaatan teknologi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan operasional usaha yang efektif berperan penting dalam meningkatkan omzet penjualan UMKM. Sementara itu, Faktor Keunggulan Produk memiliki kontribusi sebesar 27,546% dan terbentuk dari variabel kualitas produk. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi aspek penting dalam menarik, mempertahankan, dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Secara keseluruhan, kedua faktor tersebut mampu menjelaskan 59,359% variasi omzet penjualan UMKM kuliner di Desa Mendalo Indah. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan omzet penjualan UMKM tidak hanya bergantung pada kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola operasional usaha secara efektif. Oleh karena itu, upaya pengembangan UMKM perlu diarahkan pada peningkatan kualitas sumber daya manusia, optimalisasi jam operasional, pemanfaatan teknologi digital, serta pemeliharaan kualitas produk secara berkelanjutan guna meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner di Desa Mendalo Indah Kecamatan Jambi Luar Kota yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing serta semua pihak yang telah memberikan bantuan, arahan, dan dukungan selama proses penelitian hingga penyusunan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, M. T. R., & Khuzaini. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, *6*(9), 1–20.

Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Kepuasan Konsumen Pada Cafe KO.WE.COK di Solo. *Jurnal Manajemen Indonesia*, *6*(1), 1–14.

Kusumawati, Y. N., & Mulyani, E. (2024). *The Role Of " Business Model Canvas " (Bmc) In Improving Omzet , Comparative Analysis Approach Of Beginner Enterpreneurs In The Field Of Creative Economy*. *4*(03), 827–834.

Maramis, F. S., & Jantje L Sepang Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, *6*(3), 1658–1667. https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411

Mardiyah, U., & Rosmita. (2022). *Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cake Shop Midori Pancake di Kota Pekanbaru*. *113*.

Meivira. (2025). Efektivitas Penambahan Input Tenaga Kerja dalam Meningkatkan Output Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia. *Jurnal Economina*, *4*(11), 396–408. https://doi.org/10.55681/economina.v4i11.1794

Nainggolana, S. C., & Franklin Asido Rosseveltb, Dara Aisyahc, Oktavia Immanuella Simanullang, Siti Aisyah Riani Putrie, Cindy Triana Hasibuanf, H. T. H. (2025). Analisis Pengaruh Strategi Penempatan Lokasi Pedagang Kaki Lima terhadap Tingkat Omset Penjualan di Area USU (Pintu 1 - Pintu 4). *Jurnal Hasi Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Eksakta*, *2*(8), 305–316. https://manggalajournal.org/index.php/cendekia/article/view/1583

Ni Luh Nurkariani. (2022). Pentingnya Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Artha Satya Dharma*, *15*(1), 27–32. https://doi.org/10.55822/asd.v15i1.238

Siadari, D. F. (2023). Pasar Tradisional Salatiga.

Zaidan, M., & Siregar, E. S. (2025). Pengaruh Modal , Lokasi , Dan Inovasi Terhadap Daya Saing UMKM Kuliner Di Jambi Timur. JurnalPendidikanTambusai, 9, 23349–2335