



**PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA *PACKAGING*, VOLUME
PENJUALAN DAN OMSET PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH
PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)
PEDAGANG TAHU ACI DI DESA KARANGMANGU
KECAMATAN TARUB KABUPATEN TEGAL TAHUN 2023**

SKRIPSI

Oleh:

Siti Nur Alifah

NPM : 4120600050

Diajukan Kepada:

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pancasakti Tegal

2024



**PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA *PACKAGING*, VOLUME
PENJUALAN DAN OMSET PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH
PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)
PEDAGANG TAHU ACI DI DESA KARANGMANGU
KECAMATAN TARUB KABUPATEN TEGAL TAHUN 2023**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal

Oleh:

Siti Nur Alifah

NPM: 4120600050

Diajukan kepada:

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pancasakti Tegal

2024



**PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA *PACKAGING*, VOLUME
PENJUALAN DAN OMSET PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH
PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)
PEDAGANG TAHU ACI DI DESA KARANGMANGU KECAMATAN
TARUB KABUPATEN TEGAL TAHUN 2023**

Oleh:

Siti Nur Alifah

NPM: 4120600050

Disetujui Untuk Ujian Skripsi

Tanggal: 21 Juni 2024

Dosen Pembimbing I


Jaka Waskito, SE, M.Si.

NIDN. 0624106701

Dosen Pembimbing II


Catur Wahyu, S.E.I, M.Si.

NIDN. 0621018806

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Noviany Rahmatika, S.E./M.M, Ak, C.A.

NIDN. 0628117502

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Siti Nur Alifah

Npm : 4120600050

Judul : Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Packaging, Volume Penjualan, dan Omset Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian skripsi, yang dilaksanakan pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 21 Juni 2024

Ketua Penguji

Jaka Waskito, SE, M.Si

NIDN. 0624106701

Penguji I

Dr. Ahmad Hanfan, SE, MM
NIDN. 0608077201

Penguji II

Setyowati Subroto, SE, M.Si
NIDN. 0009057801

Penguji III

Ira Maya Hapsari, SE, M.Si
NIDN. 0629107701

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E., M.M., Ak., C.A.

NIDN. 0628117502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Kamu harus berhasil dulu, baru bisa dihargai. Terkesan kejam, tapi dunia butuh pembuktian.

PERSEMBAHAN

1. Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya.
2. Kedua Orang Tuaku, Bapak Dakhirin dan Ibu Badriyah, terimakasih selalu berjuang dalam mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya.
3. Priska Amaliani, yang selalu membantu, menyemangati saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Eka Nur Fadila, yang selalu membantu, mensupport saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Hesti Mutia Sari dan Istiqomah yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doanya.
6. Teman-teman KKN yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doanya.
7. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nur Alifah

NPM : 4120600050

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Keuangan

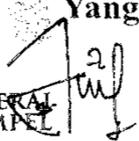
Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Biaya Produksi, Biaya *Packaging*, Volume Penjualan dan Omset Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada (UMKM) Pedagang Tahu Aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023”

1. Merupakan hasil karya sendiri, dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan /atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
2. Saya mengizinkan untuk dikelola oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal sesuai dengan norma hukum dan etika berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab:

Tegal, 13 Agustus 2024

Yang Menyatakan


3DALX280375389
Siti Nur Alifah

ABSTRAK

Siti Nur Alifah, 2024, Pengaruh Biaya Produksi, Biaya *Packaging*, Volume Penjualan dan Omset Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Pedagang Tahu Aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi, biaya *packaging*, volume penjualan dan omset penjualan terhadap laba bersih pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023. Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer. Populasi penelitian yaitu pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan diperoleh sebanyak 11 sampel pedagang tahu aci dengan penelitian 4 triwulan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan uji t (parsial) dan uji F (simultan).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Biaya Produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih dengan nilai signifikan sebesar $0,216 > 0,05$ dan nilai t hitung $-1,257$ pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023. (2) Biaya *Packaging* berpengaruh terhadap laba bersih dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $-5,658$. pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023. (3) Volume Penjualan berpengaruh terhadap laba bersih dengan nilai signifikan sebesar $0,031 < 0,05$ dan nilai t hitung $-2,235$ pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023. (4) Omset Penjualan berpengaruh terhadap laba bersih dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $10,468$ pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023. (5) Biaya Produksi, Biaya *Packaging*, Volume Penjualan dan Omset Penjualan berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $56,126$ pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023.

Kata Kunci : Biaya Produksi, Biaya *Packaging*, Volume Penjualan, Omset Penjualan, Laba Bersih

ABSTRACT

Siti Nur Alifah, 2024, The Influence of Production Costs, Packaging Costs, Sales Volume and Sales Turnover on Net Profit in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) of Tahu Aci Traders in Karangmangu Village, Tarub District, Tegal Regency in 2023

This research aims to determine the effect of production costs, packaging costs, sales volume and sales turnover on the net profit of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) selling aci tofu in Karangmangu Village, Tarub District, Tegal Regency in 2023. The type of research used is quantitative research. The data used is primary data. The research population was aci tofu traders in Karangmangu Village, Tarub District, Tegal Regency. The sampling technique in this research used a purposive sampling technique and 11 samples of tofu traders were obtained in 4 quarters of research. The data analysis method used is multiple linear regression analysis with t test (partial) and F test (simultaneous).

The results of this research show that (1) Production costs have no effect on net profit with a significant value of $0.216 > 0.05$ and a calculated t value of -1.257 for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) selling aci tofu in Karangmangu Village, Tarub District, Tegal Regency in 2023. (2) *Packaging* costs influence net profit with a significant value of $0.000 < 0.05$ and a calculated t value of -5.658 . in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) selling aci tofu in Karangmangu Village, Tarub District, Tegal Regency in 2023. (3) Sales volume influences net profit with a significant value of $0.031 < 0.05$ and a calculated t value of -2.235 in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) selling aci tofu in Karangmangu Village, Tarub District, Tegal Regency in 2023. (4) Sales turnover influences net profit with a significant value of $0.000 < 0.05$ and a calculated t value of $10,468$ for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) selling aci tofu in Karangmangu Village, Tarub District, Tegal Regency in 2023. (5) Production Costs, *Packaging* Costs, Sales Volume and Sales Turnover simultaneously influence net profit with a significant value of $0.000 < 0.05$ and a calculated F value of $56,126$ in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) of aci tofu traders in Karangmangu Village, Tarub District, Tegal Regency in 2023.

Keywords: Production Costs, Packaging Costs, Sales Volume, Sales Turnover, Net Profit

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya yang tak terhingga kepada kita semua, serta doa dan salam bahagia disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Biaya Produksi, Biaya *Packaging*, Volume Penjualan dan Omset Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Pedagang Tahu Aci di Desa Karangmangu Kecamatan Tarub Kabupaten Tegal Tahun 2023**”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.

Peneliti sangat merasa terbantu atas masukan, bimbingan dan motivasi tiada henti dari pihak-pihak yang selalu mendukung peneliti. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan ikhlas, peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E, M.M, Ak, C.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
2. Ira Maya Hapsari, S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
3. Jaka Waskita, S.E, M.Si, selaku Dosen Pembimbing 1 yang selalu memotivasi peneliti.

4. Catur Wahyudi, S.E.I, M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang sudah membimbing, memberi saran dan motivasi kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan waktu, kemampuan, pengetahuan dan pengalaman peneliti terbatas. Oleh karena itu, dengan segala keikhlasan peneliti mengharapkan masukan dan kritik yang membangun dari pihak-pihak yang berkepentingan dengan skripsi penelitian ini, agar skripsi penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik sehingga dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Demikian, semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti dan pembaca, dan semoga kita mendapat amal baik dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal Allamin.

Tegal, 11 Desember 2023

Siti Nur Alifah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian.....	18
D. Manfaat Penelitian	19
1. Manfaat Teoritis.....	19
2. Manfaat Praktis.....	19

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
A. Landasan Teori	21
1. <i>Agency Theory</i>	21
2. <i>Bad Management Theory</i>	23
3. Laba Bersih.....	24
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba Bersih	29
B. Penelitian Terdahulu.....	40
C. Kerangka Pemikiran Konseptual.....	49
D. Hipotesis	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
A. Jenis Penelitian.....	52
B. Lokasi dan Waktu penelitian	52
1. Lokasi Penelitian	52
2. Waktu Penelitian.....	52
C. Populasi dan Sampel	53
1. Populasi	53
2. Sampel	54
D. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi variabel.....	55
E. Metode Pengumpulan Data.....	58
F. Metode Analisis Data	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	66
A. Gambaran Umum.....	66

1. Objek Penelitian	66
2. Pedagang Sampel.....	67
B. Hasil Penelitian	74
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	74
a. Biaya Produksi.....	76
b. Biaya <i>Packaging</i>	77
c. Volume Penjualan	78
d. Omset Penjualan	79
e. Laba Bersih	80
2. Uji Asumsi Klasik	81
a. Uji Normalitas.....	81
b. Uji Multikolinearitas.....	83
c. Uji Heteroskedastisitas	84
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	86
4. Uji Hipotesis	87
a. Uji Parsial (Uji t).....	87
b. Uji Simultan (Uji F).....	89
c. Koefisien Determinasi	90
C. Pembahasan.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran.....	101

DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

1. Target dan Realisasi.....	11
2. Penelitian Terdahulu.....	44
3. Daftar Populasi Penelitian.....	53
4. Kriteria Pemilihan Sampel.....	54
5. Daftar Sampel Penelitian.....	55
6. Operasionalisasi Variabel.....	57
7. Kriteria Pemilihan Sampel Outliyer.....	74
8. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	75
9. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	81
10. Uji Multikolinearitas.....	84
11. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	86
12. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	88
13. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	90
14. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	91

DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka Pemikiran Konseptual.....	50
2. Normal P-P Plot Uji Normalitas Laba Bersih	83
3. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	85

DAFTAR GRAFIK

1. Grafik Target dan Realisasi	13
2. Grafik Perkembangan Biaya Produksi	76
3. Grafik Perkembangan Biaya <i>Packaging</i>	77
4. Grafik Perkembangan Volume Penjualan	78
5. Grafik Perkembangan Omset Penjualan	79
6. Grafik Perkembangan Laba Bersih	80
7. Grafik Histogram Uji Normalitas.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar pertanyaan kuesioner penelitian.....	106
2. Daftar populasi penelitian	110
3. Hasil Perhitungan Biaya Produksi	112
4. Hasil Perhitungan Biaya <i>Packaging</i>	114
5. Hasil Perhitungan Volume Penjualan	116
6. Hasil Perhitungan Omset Penjualan.....	118
7. Hasil Perhitungan Laba Bersih.....	120
8. Tabel Durbin-Watson	122
9. Hasil Descriptive Statistic	124
10. Hasil SPSS Uji Normalitas.....	125
11. Hasil SPSS Uji Multikolinearitas.....	127
12. Hasil SPSS Uji Heteroskedastisitas	128
13. Hasil SPSS Regresi Linear Berganda.....	129
14. Hasil SPSS Uji Parsial (Uji t).....	130
15. Hasil SPSS Uji Simultan (Uji F).....	131
16. Hasil Uji Koefisien Determinasi	132
17. Dokumentasi Pengambilan Data	133

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi harapan negara sebab merupakan salah satu penopang perekonomian negara. Sebagian besar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berasal dari industri dalam negeri, maka konsumennya juga berasal dari kalangan bawah. Faktanya, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mampu bertahan lebih baik daripada korporasi besar selama krisis ekonomi (Marina & Fatmawati, 2016).

Kehadiran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terlihat hampir di sepanjang jalan, dan semakin banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang bermunculan setiap tahunnya. Artinya, jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah semakin meningkat setiap tahunnya. Pertumbuhan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah diharapkan dapat berkontribusi positif dan signifikan pada upaya bangsa dalam mengatasi permasalahan ekonomi dan sosial. Agar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tetap bertahan, maka harus mendapat perhatian terkait kemajuan dan perkembangannya (Marina & Fatmawati, 2016).

Persaingan dalam perekonomian semakin ketat dan hanya pengusaha dengan kinerja baik yang dapat bertahan, sebagaimana kemajuan dalam perkembangannya. Persaingan tersebut dalam menetapkan harga, kualitas produk, dan aktivitas penjualan dengan cepat dan akurat. Kompetisi ini bertujuan untuk kelangsungan hidup usaha dan menghasilkan

keuntungan lebih lanjut. Dengan meningkatnya jumlah pesaing dalam industri yang sama, pelaku ekonomi memberikan konsumen lebih banyak pilihan dan memungkinkan konsumen selektif terhadap produk yang mereka butuhkan. Oleh karena itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah harus bersaing untuk keseragaman dan mengelola modalnya agar tetap stabil. Untuk dapat bersaing, suatu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah harus memberikan inovasi-inovasi baru terhadap produk yang dikelolanya, sehingga memberikan ciri khas dan membedakannya dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah lain yang sejenis (Jawad Abdul Naufals, 2019).

Era persaingan membuat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah harus mampu mengatasi tantangan global. Pentingnya makna Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tentang kemajuan negara dan daerah serta untuk pertumbuhan perekonomian indonesia, khususnya dalam memberikan kesempatan kerja atau lapangan kerja dan sumber pendapatan bagi masyarakat yang berpendapatan rendah. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah juga mendukung upaya pemerintah dalam meminimalisir kemiskinan melalui pembangunan ekonomi nasional (Marina & Fatmawati, 2016).

Untuk mengoptimalkan peran serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan perekonomian, maka masyarakat yang mempunyai kemampuan sumber daya alam maupun kemampuan lain yang terdapat didaerahnya harus memanfaatkan seluruh kemampuan yang dimilikinya untuk mengembangkan kemampuan di daerahnya. Setiap

daerah mempunyai potensi lokal yang dapat berperan penting dalam keunggulan lokal yang dapat menjadi sumber pendapatan masyarakat. Salah satunya adalah kota tegal. Kota tegal memiliki jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebanyak 1008, sedangkan di kabupaten tegal memiliki jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebanyak 1850. Sebagian besar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di kabupaten tegal dari 1850 adalah pedagang tahu aci, karena tahu aci merupakan makanan khas daerah tersebut.

Tahu aci merupakan olahan tahu khas kota tegal. Industri tahu ini sudah menjadi mata pencaharian khas bagi masyarakat tegal dan merupakan industri yang mengandalkan sumber daya ekonomi lokal. Kegemaran masyarakat tegal mengonsumsi makanan olahan tahu menyebabkan tumbuh dan berkembangnya sentra tahu di kota tegal yang menjual berbagai merek tahu. Sebagai kuliner khas tegal, tahu aci memegang peranan penting dalam keberlangsungan budaya kuliner disini. Kenikmatan kuliner ini diwariskan secara turun temurun, membuktikan kuatnya nilai-nilai tradisional yang terkandung didalamnya. Dibalik proses produksinya terdapat keahlian dan pengetahuan khusus yang harus diteliti dan dijaga agar tahu aci tetap mempertahankan cita rasa uniknya (Prasetyaningrum et al., 2022).

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang optimal diperlukan proses – proses yang baik sehingga dapat mengantarkan suatu bangsa menuju kesejahteraan. Diharapkan dengan mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah ke lokasi yang lebih matang agar mampu

menciptakan lowongan kerja, memaksimalkan kemampuan daerah, serta memberikan kontribusi bagi daerah dan bangsa dalam bidang perekonomian. Namun kemungkinan yang muncul tidak sejalan dengan permasalahan yang dihadapi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Beberapa permasalahan yang sering dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah seperti keterbatasan permodalan, kendala teknis, kurangnya informasi pasar, lemahnya jaringan usaha, lingkungan usaha yang kurang mendukung, keterbatasan sarana dan prasarana, dan lain sebagainya mengakibatkan penurunan pendapatan (Marina & Fatmawati, 2016).

Swastha (2002: 27), keuntungan bisa menyebabkan maju dan berkembangnya suatu usaha. Ada banyak cara untuk mendapatkan keuntungan lebih tinggi. Salah satu cara untuk mencapai keuntungan yang maksimal adalah dengan mempertimbangkan volume penjualan dan biaya operasional yang dikeluarkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kesuksesan sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah erat terkait dengan jumlah keuntungan yang diperoleh selama periode waktu yang ditetapkan. Pendapatan bersih merupakan keuntungan yang berkurang seiring dengan pengeluaran, yaitu pengeluaran perusahaan selama periode tertentu, termasuk pajak.

Laba Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah diperkirakan meningkat setiap periodenya. Oleh karena itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu memperkirakan laba yang akan dihasilkan pada periode mendatang. Memperkirakan keuntungan dapat dilakukan dengan menganalisis laporan

keuangan. Laba adalah kelebihan pendapatan atas pengeluaran yang terkait dengan kegiatan usaha. Agar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dapat mencapai target keuntungannya, maka harus merancang konsep keuntungan yang tepat dan tetap mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi keuntungan (Ambarini, 2020). Ada empat faktor yang memengaruhi kenaikan atau penurunan laba bersih, yaitu biaya produksi, biaya packaging, volume penjualan dan omset penjualan.

Faktor pertama yang memengaruhi naik turunnya laba bersih adalah biaya produksi. Biaya produksi dapat dijadikan alat untuk meningkatkan target profitabilitas para Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pedagang tahu aci. Biaya produksi yang tinggi dapat memengaruhi harga jual produk. Dari segi kuantitas, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melakukan optimasi produksi dengan mencocokkan biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk. Jika hasil produk menurun dari segi kuantitas, maka tentu saja keuntungan akan terpengaruh, karena biaya produksi yang dikeluarkan berkorelasi positif dengan keuntungan yang dihasilkan. Semakin tinggi keuntungan yang dihasilkan, maka semakin rendah biaya produksinya (Ambarini, 2020).

Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik adalah semua komponen yang membentuk biaya produksi. Biaya bahan mentah merupakan jumlah harga untuk membeli bahan mentah dan persediaan, serta dikurangi dari persediaan bahan baku akhir. Biaya tenaga kerja langsung dikenal sebagai pembayaran yang dilakukan kepada pekerja

langsung di pabrik. Biaya overhead pabrik (BOP) adalah biaya yang terkait untuk produksi selain biaya bahan mentah dan tenaga kerja langsung (Putri & Yuliandhari, 2020).

Menyimpan biaya produksi merupakan salah satu cara pelaku ekonomi untuk meningkatkan pendapatan serta mengurangi kompensasi. Apabila menjalankan bisnis dengan benar, kita dapat memaksimalkan keuntungan sekaligus menghemat biaya produksi secara efisien. Pengendalian biaya produksi yang tidak tepat dapat mengakibatkan berkurangnya pendapatan. Pemakaian bahan mentah yang memiliki kualitas tentu mendapatkan hasil yang berkualitas juga. Namun, harga bahan baku yang semakin mahal akan memengaruhi keuntungan yang diperoleh. Selain itu, karyawan yang terlalu banyak juga dapat menurunkan pemasukan dan memengaruhi keuntungan Perusahaan (Prihandoko, 2016).

Harga jual akan naik bersamaan dengan biaya produksi, sehingga permintaan akan turun dan keuntungan juga akan turun. Namun, jika biaya produksi turun, maka harga jual akan menyebabkan peningkatan permintaan sehingga keuntungan yang diterima juga akan meningkat (Purwanto, 2021).

Faktor kedua yang memengaruhi naik turunnya laba bersih yang diperoleh adalah biaya *packaging*. Menentukan kemasan dengan bagus dan menarik tentunya membutuhkan biaya yang cukup besar. Produsen harus memperhitungkan hal ini agar peningkatan penjualan dapat menutupi biaya yang dikeluarkan (Sopiah, 2020: 285).

Pada umumnya, sebagian besar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berhasil karena manajemen bisnis yang terencana, efisien dan efektif. Namun kesuksesan dalam suatu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tidak hanya terletak pada pengelolaan bisnisnya saja, namun juga pada produk yang ditawarkan. Misalnya kualitas produk, merek dan kemasan. Produk yang bagus adalah produk yang memikat dan dapat menjadi solusi permasalahan konsumen. Semakin besar keinginan pembeli tentang produk yang dijualnya, berarti semakin besar pula peluang untuk memperoleh pelanggan (Sopiah, 2020: 285).

Jika produsen memperkirakan bahwa mengubah desain warna dan bentuk kemasan akan meningkatkan penjualan, biaya tambahan kemasan akan dikembalikan. Sebab, peningkatan penjualan membawa manfaat lain bagi produsen, yakni berupa berbagai peningkatan efisiensi. Pengemasan produk memiliki tujuan utama dalam mempertahankan produk yang dijual serta meminimalkan kecacatan. Selanjutnya, pembungkusan juga bisa digunakan sebagai alat komunikasi dan penjualan yang hebat, sehingga menghasilkan desain pembungkus yang kreatif dapat memikat perhatian serta berkesan bagi pelanggan (Sopiah, 2020: 285).

Faktor ketiga yang mempengaruhi naik turunnya laba bersih adalah volume penjualan. Jumlah produk yang terjual merupakan salah satu fungsi pemasaran terpenting bagi setiap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk mencapai tujuannya dalam meningkatkan keuntungan. Selain itu, belakangan ini sering kali terdapat kebijakan baru pemerintah yang

mengakibatkan naik turunnya harga bahan baku untuk persediaan produk. Oleh karena itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pedagang tahu aci perlu menetapkan harga yang sesuai. Untuk meningkatkan keuntungan, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pedagang tahu aci perlu meningkatkan penjualan (Puspitasari & Fatah, 2021).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah lebih memperhatikan penjualan untuk meningkatkan laba bersih. Lebih banyak penjualan berarti lebih banyak keuntungan yang diterima. Begitu pula sebaliknya, semakin berkurang jumlah penjualan, maka keuntungan yang diperoleh pun semakin berkurang (Prihandoko, 2016).

Terdapat korelasi yang kuat dengan jumlah penjualan dan pertumbuhan laba bersih. Keuntungan terjadi ketika suatu produk penjualan melebihi biaya yang dikeluarkan. Pada kasus ini, para pedagang tahu aci perlu selektif dalam menjual produknya kepada konsumen. Artinya pedagang tahu aci dapat mencapai target penjualan yang direncanakan secara optimal dalam jangka waktu tertentu. Besarnya jumlah penjualan yang terjadi dalam kurun waktu tertentu dapat dijadikan sebagai indikator keberhasilan pemasaran produk. Penjualan yang tinggi juga akan berdampak pada keuntungan yang tinggi (Ammy, 2021).

Karena, kegiatan penjualan merupakan salah satu unsur utama dalam mencapai laba yang optimal, maka keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tetap terjamin dan perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah diharapkan dapat terus berlanjut di masa depan. Setiap

penjualan memerlukan perencanaan dan strategi serta memerlukan kerjasama antar karyawan dalam pencapaian target yang telah ditentukan. Pasar yang sangat kompetitif ini, produk berkualitas tinggi memiliki keunggulan kompetitif yang unik. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berupaya memberikan produk dengan kualitas terbaik kepada pelanggannya untuk memenuhi harapan dan kepuasan mereka. Untuk itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah harus senantiasa meningkatkan kualitas produk dan layanannya (Puspitasari & Fatah, 2021).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dituntut untuk hati-hati dalam menjual produknya kepada pelanggan agar dapat memenuhi sasaran jumlah penjualan yang dirancang menggunakan cara sebaik-baiknya di jangka waktu yang khusus. Karena volume penjualan yang tepat merupakan tujuan utama para Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, maka Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pedagang tahu aci menggunakan berbagai cara untuk mencapai tujuan yang direncanakan (Marina & Fatmawati, 2016).

Dan faktor terakhir yang mempengaruhi naik turunnya laba bersih adalah omset penjualan. Omset Penjualan merupakan faktor penentu yang dapat menjelaskan besar kecilnya keuntungan suatu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Hal ini dikarenakan pada umumnya badan usaha memiliki tujuan dan sasaran seperti, meminimalisir pengeluaran dalam proses produksi dan mencapai penjualan yang signifikan. Omset penjualan digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi kinerja usaha mikro, kecil, maupun menengah (Prasetyaningrum et al., 2022).

Omset penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan kemungkinan besar dapat diterima oleh pasar. Tingkat penjualan juga menunjukkan penjualan pada kegiatan yang dilakukan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berasal dari hasil kerja dan fasilitas operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang ada saat ini. Di sisi lain, rendahnya penjualan menunjukkan rendahnya kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam mengontrol produk yang dijual dan menegakkan kebijakan harga yang ditetapkan oleh Perusahaan (Sitanggang et al., 2023).

Peran pemasaran dalam menggapai maksud Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terlihat dari laba yang diperoleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang dalam hal ini ditentukan oleh tingkat penjualan. Jika Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tidak dapat mencapai target penjualan, berarti penjualan akan lebih rendah dari yang direncanakan dan pada akhirnya gagal mencapai target laba diinginkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Sitanggang et al., 2023).

Tantangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah saat ini harus melakukan inovasi dalam pengembangan produk, kenaikan sumber daya manusia dan teknologi, serta kebutuhan jaringan usaha. Hal ini dilaksanakan untuk menghilangkan penyebab kesulitan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam mengembangkan usaha di daerahnya. Salah satu daerah

yang memiliki potensi yang mampu bersaing di era global adalah produksi tahu aci di Desa Karangmangu.

Desa Karangmangu yang berlokasi di Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal. Desa karangmangu adalah salah satu desa yang memproduksi makanan khas tegal, yaitu tahu aci. Oleh karena itu, sebagian besar masyarakat di desa Karangmangu adalah pedagang tahu aci. Hal ini mengangkat sektor perdagangan sebagai salah satu penggerak utama perekonomian warga karangmangu. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki potensi besar tidak hanya sebagai pengecer dan korporasi besar tetapi juga penggerak perekonomian daerah. Berikut ini merupakan akumulasi target dan realisasi pedagang tahu aci yang termasuk kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti.

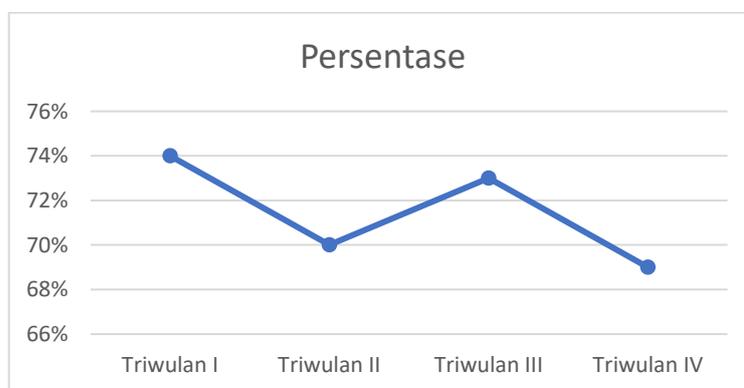
Tabel 1
Target dan Realisasi Tahun 2023

No	Nama Label	Periode	Total Pendapatan	Total Pengeluaran	Laba Bersih (Realisasi)	Target	Persen
1.	Tahu Sari rasa	Triwulan I	Rp 680.000.000	Rp 440.546.000	Rp 239.854.000	Rp 250.000.000	95%
		Triwulan II	Rp 777.600.000	Rp 512.571.000	Rp 265.029.000	Rp 300.000.000	88%
		Triwulan III	Rp 486.000.000	Rp 316.007.000	Rp 169.992.000	Rp 200.000.000	84%
		Triwulan IV	Rp 583.200.000	Rp 363.071.000	Rp 220.129.000	Rp 240.000.000	91%
2.	Tahu Aci Bang Awi	Triwulan I	Rp 534.600.000	Rp 370.925.000	Rp 163.675.000	Rp 180.000.000	91%
		Triwulan II	Rp 623.700.000	Rp 442.483.000	Rp 181.217.000	Rp 200.000.000	90%
		Triwulan III	Rp 356.400.000	Rp 260.121.000	Rp 96.279.000	Rp 120.000.000	80%
		Triwulan IV	Rp 445.500.000	Rp 311.945.000	Rp 133.555.000	Rp 150.000.000	89%
3.	Tahu Aci BSR Jaya	Triwulan I	Rp 207.060.000	Rp 152.319.000	Rp 54.741.000	Rp 65.000.000	84%
		Triwulan II	Rp 266.220.000	Rp 206.829.000	Rp 59.391.000	Rp 72.000.000	82%

		Triwulan III	Rp 177.480.000	Rp 134.334.000	Rp 43.146.000	Rp 55.000.000	78%
		Triwulan IV	Rp 192.270.000	Rp 147.069.000	Rp 45.201.000	Rp 57.000.000	79%
4.	Tahu Sukaria	Triwulan I	Rp 90.720.000	Rp 72.601.000	Rp 18.119.000	Rp 25.000.000	72%
		Triwulan II	Rp 110.160.000	Rp 86.909.500	Rp 23.250.500	Rp 30.000.000	77%
		Triwulan III	Rp 77.760.000	Rp 63.153.500	Rp 14.606.500	Rp 20.000.000	73%
		Triwulan IV	Rp 97.200.000	Rp 75.157.500	Rp 22.042.500	Rp 27.000.000	81%
5.	Zahra Tahu	Triwulan I	Rp 64.800.000	Rp 45.025.500	Rp 19.774.500	Rp 25.000.000	79%
		Triwulan II	Rp 89.600.000	Rp 66.520.000	Rp 23.080.000	Rp 30.000.000	76%
		Triwulan III	Rp 71.280.000	Rp 50.765.000	Rp 20.515.000	Rp 26.000.000	78%
		Triwulan IV	Rp 77.760.000	Rp 56.485.500	Rp 21.275.500	Rp 28.000.000	75%
6.	Tahu Aci Pai	Triwulan I	Rp 90.720.000	Rp 69.766.500	Rp 20.953.500	Rp 25.000.000	83%
		Triwulan II	Rp 110.160.000	Rp 86.223.500	Rp 23.936.500	Rp 28.000.000	85%
		Triwulan III	Rp 97.200.000	Rp 75.171.000	Rp 22.029.000	Rp 27.000.000	81%
		Triwulan IV	Rp 103.680.000	Rp 80.193.500	Rp 23.486.500	Rp 28.000.000	83%
7.	Marwah Tahu	Triwulan I	Rp 83.520.000	Rp 66.932.500	Rp 16.587.500	Rp 20.000.000	82%
		Triwulan II	Rp 90.480.000	Rp 73.085.000	Rp 17.395.000	Rp 22.000.000	79%
		Triwulan III	Rp 76.560.000	Rp 60.658.500	Rp 15.902.500	Rp 18.000.000	88%
		Triwulan IV	Rp 69.600.000	Rp 54.678.000	Rp 14.922.000	Rp 15.000.000	99%
8.	Tahu RTH	Triwulan I	Rp 66.990.000	Rp 59.946.000	Rp 7.044.000	Rp 10.000.000	70%
		Triwulan II	Rp 73.080.000	Rp 64.846.000	Rp 8.234.000	Rp 12.000.000	68%
		Triwulan III	Rp 60.900.000	Rp 53.890.000	Rp 7.010.000	Rp 9.000.000	77%
		Triwulan IV	Rp 54.810.000	Rp 48.555.000	Rp 6.255.000	Rp 8.000.000	78%
9.	Endang Tahu	Triwulan I	Rp 113.100.000	Rp 83.213.000	Rp 29.887.000	Rp 35.000.000	85%
		Triwulan II	Rp 130.500.000	Rp 97.780.500	Rp 32.720.500	Rp 37.000.000	88%
		Triwulan III	Rp 87.000.000	Rp 64.522.000	Rp 22.478.000	Rp 26.000.000	86%
		Triwulan IV	Rp 95.700.000	Rp 69.954.000	Rp 25.746.000	Rp 30.000.000	85%
10.		Triwulan I	Rp 147.900.000	Rp 100.607.500	Rp 47.293.000	Rp 55.000.000	85%

	Tahu Dian Sari	Triwulan II	Rp 165.300.000	Rp 119.138.500	Rp 46.161.500	Rp 53.000.000	87%
		Triwulan III	Rp 139.200.000	Rp 93.343.000	Rp 45.857.000	Rp 50.000.000	91%
		Triwulan IV	Rp 144.420.000	Rp 97.048.500	Rp 47.371.500	Rp 54.000.000	87%
11.	Tahu Aci KHR	Triwulan I	Rp 71.400.000	Rp 52.814.000	Rp 18.583.000	Rp. 25.000.000	74%
		Triwulan II	Rp 81.396.000	Rp 61.028.000	Rp 20.368.000	Rp. 30.000.000	67%
		Triwulan III	Rp 64.260.000	Rp 48.119.000	Rp 16.141.000	Rp. 28.000.000	57%
		Triwulan IV	Rp 74.256.000	Rp 52.626.000	Rp 21.630.000	Rp. 32.000.000	61%
12.	Tahu Aci ME	Triwulan I	Rp 86.000.000	Rp 58.666.000	Rp 27.334.000	Rp. 35.000.000	78%
		Triwulan II	Rp 98.040.000	Rp 67.806.000	Rp 30.234.000	Rp. 40.000.000	75%
		Triwulan III	Rp 79.120.000	Rp 52.845.000	Rp 26.275.000	Rp. 33.000.000	79%
		Triwulan IV	Rp 103.200.000	Rp 71.150.000	Rp 32.050.000	Rp. 45.000.000	71%
13.	Tahu Aci BHN	Triwulan I	Rp 75.600.000	Rp 48.212.500	Rp. 27.388.500	Rp. 36.000.000	76%
		Triwulan II	Rp 84.000.000	Rp 55.800.000	Rp. 28.200.000	Rp. 38.000.000	74%
		Triwulan III	Rp 78.960.000	Rp 51.069.000	Rp. 27.891.000	Rp. 37.000.000	75%
		Triwulan IV	Rp 92.400.000	Rp 64.212.000	Rp 28.188.000	Rp. 38.000.000	74%

Pada tabel 1, maka dapat digambarkan dengan grafik sebagai berikut:



Grafik 1

Target dan Realisasi Tahun 2023

Berdasarkan tabel 1 dan grafik 1, menunjukkan persentase sebesar 74% pada Triwulan pertama yang hanya ter-realisasikan sebesar Rp.677.863.000 dari target sebesar Rp.913.000.000. Sedangkan pada Triwulan kedua, angka persentase mengalami penurunan sebesar 4% dari Triwulan sebelumnya. Namun ketika memasuki Triwulan ketiga, angka persentase mengalami peningkatan kembali sebesar 3% dari Triwulan kedua. Dan pada Triwulan keempat, angka persentase mengalami penurunan kembali dengan angka 4% dari Triwulan ketiga. Yang artinya para pedagang memperoleh 69% dari target sebesar Rp.876.000.000.

Fenomena bisnis terkait laba bersih pada UMKM yang diketahui pedagang tahu aci sering menunjukkan korelasi yang erat antara strategi penjualan, manajemen biaya, dan skala operasi. Pedagang tahu aci dapat meningkatkan laba bersih biasanya mampu mengelola biaya produksi dengan efisien, menjaga kualitas produk konsisten, dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Di sisi lain, masalah seperti persaingan yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan selera konsumen dapat mempengaruhi stabilitas laba bersih. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan mengoptimalkan operasionalnya cenderung lebih berhasil dalam menjaga pertumbuhan laba bersih. Untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha tahu aci, inovasi produk dan diversifikasi pasar sangat penting (UMKM pedagang tahu aci tahun 2023).

Sekarang ini ada beberapa persoalan yang sedang ditangani Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, yaitu sulitnya meningkatkan keuntungan setiap triwulannya, karena keuntungan tersebut berfluktuasi. Terlihat dari tabel diatas bahwa keuntungan yang diterima setiap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pedagang tahu aci tidak selalu meningkat setiap triwulannya. Salah satu penyebabnya yakni laba yang dihasilkan digunakan untuk kebutuhan dan kepentingan pemilik, selebihnya digunakan untuk usaha. Kegiatan ini masih dalam bentuk penyertaan modal, yang menandakan pengelolaan keuangan yang belum optimal (UMKM pedagang tahu aci tahun 2023).

Pencatatan setiap transaksi hanya dilakukan secara manual, yaitu dicatat dalam satu buku transaksi atau pada jurnal harian sehingga dapat menyebabkan kesulitan dalam menghitung pendapatan, laba kotor, dan laba sebelum pajak serta pendapatan yang kurang optimal karena mereka tidak menerapkan strategi penjualan dalam upaya meningkatkan penjualan. Jika hal ini tidak diperbaiki oleh para Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pedagang tahu aci, maka akan berdampak pada keberlangsungan usaha yang dikelola (Ambarini, 2020).

Penelitian sebelumnya dari (Putri & Yuliandhari, 2020) yang berjudul “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional Dan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018” yang menemukan bahwa biaya produksi berpengaruh negatif

terhadap laba bersih, biaya operasional tidak berpengaruh terhadap laba bersih dan volume penjualan berpengaruh positif terhadap laba bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018.

Penelitian sebelumnya yang disebutkan diatas menghasilkan temuan yang tidak konsisten. Dalam hal ini peneliti tertarik untuk meneliti kembali karena hasilnya tidak selalu sama. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Biaya Produksi, Biaya *Packaging*, Volume Penjualan dan Omset Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Pedagang Tahu Aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023”**.

B. Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah penelitian berdasarkan literatur saat ini:

1. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023?
2. Apakah biaya *packaging* berpengaruh terhadap laba bersih pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023?
3. Apakah volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023?
4. Apakah omset penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023?
5. Apakah biaya produksi, biaya *packaging*, volume penjualan, dan omset penjualan berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023?

C. Tujuan Penelitian

Menurut rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya *packaging* terhadap laba bersih pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023
3. Untuk mengetahui pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023
4. Untuk mengetahui pengaruh omset penjualan terhadap laba bersih pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023
5. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi, biaya *packaging*, volume penjualan, dan omset penjualan secara simultan terhadap laba bersih pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka manfaat hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya fenomena dan kebijakan bisnis baru, diharapkan bahwa penelitian akan bermanfaat untuk pemilik bisnis mikro, kecil dan menengah khususnya pada pedagang tahu aci, untuk memperluas pengetahuannya tentang cara mengevaluasi situasi laba bersih dalam menjalankan usahanya. Hasil penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai referensi untuk penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

1) Untuk Peneliti

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini dapat bermanfaat dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di perguruan tinggi serta meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai biaya produksi, biaya packaging, volume penjualan, dan omset penjualan terhadap laba bersih.

2) Untuk Akademik

Perolehan studi ini diharapkan mampu menjadi literatur akademis yang bermanfaat sebagai referensi dalam kegiatan akademik khususnya pada program penelitian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Pancasakti Tegal.

3) Bagi Pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Studi ini diharapkan mampu memberi saran dan wawasan bagi pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terkait dengan biaya produksi, biaya packaging, volume penjualan, dan omset penjualan terhadap laba bersih.

4) Untuk Peneliti Berikutnya

Diharapkan perolehan studi ini akan memberi pengetahuan dan wawasan bagi peneliti yang akan datang tentang bagaimana biaya produksi, biaya packaging, volume penjualan, dan omset penjualan memengaruhi laba bersih.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Agency Theory*

Agency Theory muncul ketika pemilik usaha (*principal*) tidak mampu mengendalikan usahanya seorang diri, jadi perlu melakukan perjanjian dengan karyawan (*agent*) guna memberi bantuan dalam manajemen usahanya. Jensen & Meckling (1976) menegaskan yang keterkaitan kontraktual terbentuk jika lebih dari satu individu (*principal*) menugaskan individu lain (*agent*) guna menawarkan layanan serta menyerahkan pekerjaan itu kepada seorang karyawan (*agent*). Anthony & Govindarajan (2011: 10), ide teori keagenan merupakan ikatan atau kesepakatan dengan *principal* dan *agent* untuk menyelesaikan pekerjaan demi keperluan *principal* dan *agent*. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa teori keagenan menguraikan korelasi kerja dengan pemilik dan karyawan.

Masalah dengan teori keagenan timbul di mana *principal* tidak mampu mengawasi operasi atau tindakan *agent* untuk menjamin bahwa *agent* bekerja dengan cara yang diinginkan *principal*. Selama ini, karyawan mempunyai informasi tambahan tentang situasi umum dan operasi usahanya, dibandingkan *principal*. Asimetri informasi terjadi karena kurangnya informasi yang menyebabkan keseimbangan informasi antara pemilik usaha dengan karyawannya. Asimetri informasi merupakan situasi dimana pemilik mempunyai akses terhadap

informasi mengenai prospek usahanya (Jensen & Meckling, 1976). Ada dua jenis asimetris yaitu *adverse selection* dan *moral hazard*. *Adverse selection* adalah jenis asimetri informasi yang dimana setelah selesainya suatu transaksi, informasi yang dimiliki oleh satu pihak melebihi informasi yang dimiliki oleh pihak lainnya. Namun, risiko moral merupakan bentuk data yang dimana salah satu pihak mungkin mengawasi tindakannya saat melakukan transaksi, namun pihak lainnya tidak.

Konflik teori keagenan ini sering terjadi pada UMKM di Indonesia, khususnya pada UMKM pedagang tahu aci di kabupaten tegal. Dimana persaingan yang ketat memaksa pedagang untuk saling bersaing dalam mempertahankan dan mengembangkan produknya. Oleh karena itu, semua UMKM pedagang tahu aci harus mampu mengoptimalkan keuntungannya dengan mengurangi biaya dalam proses produksi maupun penjualan. Menurunnya daya beli Masyarakat juga berdampak pada penurunan pendapatan dan laba yang diperoleh pedagang tahu aci. Banyak pengusaha khususnya pada pedagang tahu aci yang kebingungan mengenai unsur-unsur yang mungkin berdampak pada tingkat keuntungan yang diperoleh pedagang tahu aci. Jadi, untuk menangani permasalahan tersebut perlu diketahui Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Packaging, Volume Penjualan dan Omset Penjualan Terhadap Laba Bersih pada UMKM Pedagang Tahu Aci Di Desa Karangmangu Kecamatan Tarub Kabupaten Tegal.

2. *Bad Management Theory*

Bad management theory atau teori manajemen yang buruk menjelaskan bahwa manajemen tidak dapat mengelola modal yang tersedia, sehingga biaya yang dikeluarkan rendah. Dalam konteks laba bersih, teori ini seringkali mengacu pada ketidakmampuan manajemen dalam mengelola keuangan sehingga dapat mengakibatkan berkurangnya laba bersih. Beberapa faktor yang dapat menciptakan “*bad management*” dalam laba bersih antara lain kurangnya efisiensi operasional, kegagalan dalam mengidentifikasi peluang pasar, dan pengambilan keputusan keuangan yang buruk. Bisnis yang dikelola dengan buruk mungkin mengalami kesulitan mempertahankan atau meningkatkan keuntungannya (Wahyudi & Kartikasari, 2021).

Pengaruh pendapatan sangat besar terhadap keberlangsungan bisnis. Hal ini, dapat dikatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk membiayai semua operasi dan kegiatan meningkat seiring dengan pendapatan. Selanjutnya keuntungan juga memengaruhi kinerja bisnis perusahaan yang ditunjukkan dalam laporan laba rugi. Tanpa pendapatan tidak ada keuntungan, tanpa keuntungan tidak ada bisnis. Hal ini tentunya tidak lepas dari dampak pendapatan terhadap hasil operasional perusahaan. Perusahaan mendapat untung bila pendapatan yang menghasilkan keuntungan semakin banyak daripada jumlah biaya yang dikeluarkan, serta kerugian bila kebalikannya (Ramadhani Fauziyah Nurul, 2020).

3. Laba Bersih

a. Definisi Laba

Laba digunakan untuk berbagai tujuan dan merupakan komponen paling penting dari laporan keuangan. Karena setiap keuntungan yang dihasilkan memengaruhi kelangsungan hidup suatu perusahaan, setiap perusahaan berusaha untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

Menurut Suwardjono (2008:464) Laba adalah hasil dari usaha perusahaan dalam menghasilkan produk. Oleh karena itu, keuntungan merupakan jumlah uang yang lebih besar dari biaya yang berhubungan dengan pembuatan serta penyediaan produk. Menurut Jumingan (2006: 236) besar atau kecilnya keuntungan yang diperoleh oleh suatu perusahaan bergantung pada total biaya yang dikeluarkan atau dibayarkan oleh perusahaan dan pendapatannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, laba dapat didefinisikan sebagai sisa, atau perbedaan dengan biaya serta keuntungan suatu waktu terbatas. Keuntungan adalah komponen penting dalam mempertahankan dan mengembangkan suatu bisnis.

b. Jenis – Jenis Laba

Laba dapat diklasifikasikan jadi berbagai jenis. Berikut ini adalah beberapa di antaranya:

- 1) Laba kotor, yang merupakan perbedaan antara keuntungan dari penjualan dikurangi kompensasi.

- 2) Laba usaha operasi, yang merupakan keuntungan yang dihasilkan dari pengurangan biaya operasi dan penjualan pokok.
- 3) Laba sebelum pajak, yang menggambarkan nilai laba bisnis sebelum pajak yang dapat dihitung dengan mengurangi biaya bunga.
- 4) Laba bersih, yang merupakan total laba dari semua kegiatan bisnis.

c. Fungsi Laba

Laba yang lebih tinggi menunjukkan bahwa pelanggan mengharapkan kinerja industri atau perusahaan yang lebih baik, sedangkan keuntungan atau kerugian yang rendah menunjukkan bahwa permintaan pelanggan terhadap produk atau komoditas yang ditangani lebih sedikit dan proses produksi yang tidak efisien. Keuntungan merupakan sinyal penting bagi redistribusi sumber daya sosial karena mencerminkan perubahan preferensi dan permintaan konsumen dari waktu ke waktu. Keuntungan bukanlah sistem yang sempurna. Tidak hanya keuntungan, manajemen juga memperhatikan pelayanannya.

d. Tujuan Laba

Anis dan Imam (2003:216) laporan keuntungan dilakukan dengan tujuan di antaranya:

- a) Untuk mengetahui seberapa efektif pemakaian uang yang masih ada di perusahaan, yang ditunjukkan dalam tingkat kembaliannya.
- b) Untuk menggunakannya sebagaimana landasan dalam menilai kinerja manajerial.
- c) Untuk menentukan ukuran strategi pajak.
- d) Untuk mengawasi sarana moneter bangsa.
- e) Untuk memberikan ganti rugi serta komisi.
- f) Untuk mendorong manajerial dalam menjalankan bisnis.
- g) Untuk menjadi basis dalam metode peningkatan yang menguntungkan.
- h) Untuk menjadi basis dalam Pembangunan bisnis yang lebih besar.

Dari pernyataan yang ada, mampu dibuat kesimpulan bahwa pelaporan untung atau rugi merupakan salah satu simbol efisiensi pemakaian anggaran . Dalam hal ini, digunakan sebagai dasar untuk mengukur, menentukan, mengontrol, dan memotivasi kinerja perusahaan. Penggunaan dana mendorong kemakmuran dan menjadi dasar pembagian dividen kepada penanam modal yang berinvestasi dalam perusahaan.

e. Manfaat Laba

Manfaat laba di antaranya:

- 1) Menjadi alat untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan.

- 2) Untuk membedakan antara penghasilan bersih dan modal.
- 3) Menjadi alat untuk menentukan kesuksesan manajerial bisnis dan sebagian basis dalam membuat pilihan.
- 4) Menjadi basis dalam menentukan jumlah pajak yang dibayarkan serta sebagaimana pengukuran untuk memberikan ganti rugi serta komisi pada pekerja bisnis.

f. Unsur – Unsur Laba

Di antaranya:

- 1) Pendapatan (*Revenue*) merupakan bertambahnya harga kekayaan dalam bisnis. Dari penyerahan atau pembuatan produk, penyediaan fasilitas, serta kegiatan-kegiatan tambahan yang merupakan kegiatan tindakan terbaik atau terpenting perusahaan itu beroperasi.
- 2) Beban (*Expenses*) adalah arus keluar atau penggunaan aset lainnya, atau timbulnya kewajiban (atau keduanya), yang timbul dari pengiriman atau produksi barang, penyediaan jasa, atau pelaksanaan aktivitas lain apa pun yang merupakan bisnis terbesar atau terpenting dalam perusahaan.
- 3) Keuntungan (*Profit*) ialah peningkatan modal melalui transaksi kepemilikan atau keuntungan.
- 4) Kerugian (*Loss*) adalah penurunan modal sebagai hasil dari transaksi atau pengeluaran dan pembagian ke pemilik.

g. Pengertian Laba Bersih

(Kasmir, 2019: 200) Laba bersih adalah keuntungan setelah mengurangi biaya, pajak, dan bunga dari penjualan. Sedangkan menurut (Hery, 2017: 40) Laba bersih adalah yang hasil dari transaksi pendapatan, pengeluaran, keuntungan dan kerugian. Transaksi ini tercermin dalam laporan laba rugi. Keuntungan dihasilkan oleh perbedaan antara sumber daya yang masuk dan keluar dalam jangka waktu tertentu. Dan menurut (Soemarso, 2004: 31) Laba bersih adalah laba yang dinyatakan seluruh biaya dan kerugian dikurangi dari perbedaan antara total pendapatan dan keuntungan.

Jadi, dapat dibuat kesimpulan bahwa laba bersih adalah biaya perusahaan selama periode tertentu, termasuk pajak, dikurangi dari laba. Laba atau keuntungan sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan sumber utama pertumbuhan jangka panjang. Laba bersih juga dapat digunakan sebagai ukuran kinerja perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Laba bersih yang tinggi bukan merupakan indikator mutlak apakah suatu entitas berjalan baik atau tidak. Bagi sebagian besar perusahaan, setidaknya laba digunakan sebagai ukuran pencapaian. Adapun indikator untuk laba bersih adalah sebagai berikut:

$$\text{Laba Bersih} = \text{Total Pendapatan} - \text{Total Pengeluaran}$$

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba Bersih

1) Biaya

a. Definisi Biaya

Biaya sering kali disamakan dengan pengeluaran. Kedua istilah ini sering digunakan untuk tujuan yang sama. Sebaliknya, pengeluaran berulang terjadi selama periode waktu tertentu. Biaya mempunyai banyak definisi dan arti yang berbeda, dan orang sering kali mempunyai persepsi berbeda mengenai biaya. Biaya menurut Rachman (2015:6) adalah pengorbanan sumber daya ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini atau di masa yang akan datang.

Dalam akuntansi biaya, biaya adalah seluruh biaya yang terjadi (expired) yang digunakan untuk memproses produksi yang dihasilkan. Harga dasar dihitung dengan membagi jumlah produk yang diproduksi atau dipesan untuk menghasilkan harga dasar produk per unit. Biaya dapat dianggap sebagai komponen dari harga perolehan suatu asset yang diharapkan akan menghasilkan biaya di masa depan.

Berdasarkan definisi di atas, biaya dapat didefinisikan sebagai uang tunai yang dikeluarkan untuk membeli barang atau jasa yang dapat memberikan manfaat baik saat ini maupun di masa mendatang.

2) Biaya Produksi

a. Definisi Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang harus dibayar oleh suatu bisnis pada saat membeli produk, baik barang maupun jasa yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Biaya produksi juga dikenal sebagai akumulasi atau perhitungan biaya produksi. Biaya produksi adalah biaya yang harus dibayar oleh suatu perusahaan saat mengolah bahan mentah menjadi produk dan ini digunakan untuk menghitung harga pokok barang jadi dan harga pokok produksi pada akhir periode tertentu (Mulyadi, 2012: 16).

Selisih antara pendapatan setelah mengurangi biaya produksi akan menjadi laba bersih atau total keuntungan perusahaan. Biaya yang diperlukan untuk produksi ini dalam menunjang tindakan pengubahan bahan mentah menjadi produk akhir yang siap dijual ke pelanggan. Adapun indikator untuk biaya produksi adalah sebagai berikut:

$$\text{Biaya Produksi} = \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP}$$

b. Unsur – Unsur Biaya Produksi

Biaya produksi yang dikeluarkan suatu perusahaan untuk melaksanakan proses produksinya mempunyai tiga unsur:

1) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah harga bahan baku utama yang digunakan perusahaan untuk membuat produk jadi.

2) Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja meliputi gaji atau upah yang dibayarkan oleh suatu Perusahaan kepada pekerja yang terlibat langsung dalam proses produksi dari bahan mentah hingga produk siap pakai.

3) Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh suatu Perusahaan untuk mengubah bahan mentah menjadi produk jadi, tanpa menghitung biaya bahan baku dan tenaga kerja.

c. Tujuan Biaya Produksi

Tujuan utama dari biaya produksi adalah untuk memaksimalkan keuntungan dan membuat perbandingan antara pengeluaran serta keuntungan perusahaan. Biaya produksi dialokasikan untuk beberapa tujuan, antara lain:

a) Untuk Menentukan Biaya

Bagi pelaku usaha, menentukan biaya produksi secara akurat sangatlah penting, terutama mencatat dengan baik seluruh dokumen transaksi yang berkaitan dengan biaya pengeluaran. Dengan begitu, perusahaan juga dapat

mengambil keputusan secara akurat dalam perhitungan biaya produksi.

b) Untuk Mengendalikan Biaya

Dengan mengumpulkan seluruh bukti transaksi dan mencatat serta menentukan biaya produksi yang benar, manajemen dapat dengan mudah memantau dan mengendalikan biaya.

c) Untuk Membantu dalam mengambil putusan

Menentukan biaya produksi membantu perusahaan membuat keputusan jangka pendek seperti membeli bahan baku, membeli peralatan produksi, serta menentukan harga produk jadi.

3) Biaya *Packaging*

a. Pengertian Biaya *Packaging*

Biaya adalah jumlah nominal yang digunakan untuk menukarkan suatu benda atau barang. Sedangkan kemasan adalah suatu alat yang digunakan untuk mengemas suatu benda atau barang. Jadi dapat kita simpulkan bahwa biaya pengemasan adalah jumlah nominal yang harus kita keluarkan untuk mengganti bahan pengemas tersebut.

Komponen utama dalam meningkatkan minat pelanggan saat membeli barang atau jasa adalah kemasan atau *packaging* yang menarik. Namun, aspek estetika kemasan masih banyak

yang terabaikan. Keindahan kemasan mempunyai pengaruh besar terhadap keberhasilan penjualan, meskipun faktor biaya juga harus diperhitungkan. Jika UMKM perlu memperhatikan dan menjalankan fungsi packaging atau pengemasan maka penjualan produknya akan lancar. Adapun rumus untuk biaya *packaging* sebagai berikut:

$$\text{Biaya Kemasan} = \text{Biaya Bahan Kemasan} + \text{Biaya Pegawai Pelaksana Kemasan}$$

b. Indikator Kemasan

Indikator kemasan menurut (Kotler *et. al* 2000) adalah sebagai berikut:

a) Konsep Pembungkus

Pembungkus yang menarik dapat membantu promosi produk ke pelanggan.

b) Kualitas *Packaging*

Kualitas packaging meningkatkan keyakinan dan persepsi diri yang dapat memengaruhi pembeli saat memilih produk kemasan.

c) Inovasi Kemasan

Inovasi kemasan yang kreatif dapat membantu produsen dalam pengemasan.

4) Penjualan

a. Definisi Penjualan

Menurut Swastha (2002 : 403) penjualan merupakan salah satu orang yang berinteraksi satu sama lain secara langsung dengan tujuan membangun, meningkatkan, mengontrol, dan menjaga ikatan yang menguntungkan dalam pertukaran kedua belah sudut. Selain itu, penjualan dapat didefinisikan sebagai usaha untuk menyediakan barang dengan harga yang telah disepakati kepada pihak yang membutuhkannya sebagai imbalan uang.

Sedangkan menurut Hasan (2002 : 212) penjualan adalah pembelian barang atau produk oleh suatu pihak-pihak yang berbeda untuk mendapatkan imbalan dari pihak ketiga. Sebuah penjualan hanyalah pengalihan hak milik atas suatu barang dari penjual ke pembeli.

Dari definisi di atas, dapat dibuat kesimpulan bahwa penjualan ialah interaksi penyediaan barang atau jasa yang diberikan oleh satu pihak ke pihak lain dengan tujuan untuk menjalin, meningkatkan, mengelola, atau memelihara ikatan berdasarkan uang yang bermanfaat bagi pihak lain.

b. Faktor – Faktor yang Memengaruhi Penjualan

Menurut Swastha dan Irawan (2008: 22), faktor-faktor yang memengaruhi penjualan adalah:

a) Produk (*Product*)

Merupakan salah satu tugas manajemen penjualan. Mereka harus bertindak sebagai mata perusahaan dan selalu menyarankan cara memperbaiki produk.

b) Harga (*Price*)

Merupakan jumlah yang perlu dibayar pelanggan dalam mendapatkan produk yang memenuhi kebutuhannya. Salah satu cara produsen menarik pembeli agar membeli banyak adalah dengan menetapkan harga produk.

c) Distribusi (*Distribution*)

Yaitu distribusi produk dari produsen ke pelanggan. Dampak distribusi lebih besar pada penjualan.

d) Promosi (*Promotion*)

Yaitu tindakan yang dilakukan oleh suatu bisnis dengan prioritas pertama untuk memberi informasi, memikat, memengaruhi, serta mendorong konsumen untuk membeli produk buatan bisnis.

5) Volume Penjualan

a. Definisi Volume Penjualan

Volume penjualan ialah angka uang yang diterima oleh perusahaan dari penjualan produk yang diproduksinya. Tidak ada acara untuk membagi penjualan menjadi uang tunai atau kredit. Sebaliknya, penjualan menghitung total sebagai jumlah

keseluruhan yang diterima. Tingginya volume penjualan juga terlihat dari jumlah produk yang dijual. Target dari volume penjualan adalah untuk memprediksi besarnya laba yang dihasilkan dan harga yang dibayarkan untuk penjualan suatu produk ke pelanggan.

Menurut Kotler (2006: 68) Volume penjualan adalah produk yang memberikan layanan yang baik dan dijual dalam jangka waktu tertentu dalam bentuk uang. Sedangkan menurut Marbun (2008: 225) Volume penjualan merupakan jumlah keseluruhan produk dijual oleh suatu bisnis selama jangka periode tertentu.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dibuat kesimpulan bahwa volume penjualan adalah produk yang dijual oleh suatu perusahaan untuk mendapatkan uang selama periode tertentu. Keuntungan perusahaan meningkat ketika penjualan meningkat dan biaya produksi menurun, tetapi keuntungan perusahaan juga menurun ketika penjualan menurun. Adapun rumus untuk volume penjualan adalah sebagai berikut:

$$\text{Volume Penjualan} = \text{Kuantitas atau Total Penjualan}$$

b. Langkah – Langkah Meningkatkan Volume Penjualan

Langkah-langkah yang dapat digunakan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan (Kotler, 2006:55) adalah:

- a) Jual produk dalam ukuran yang dapat dilihat konsumen.

- b) Memposisikan produk sedemikian rupa sehingga dapat memikat ketertarikan pembeli.
 - c) Melakukan analisis ekonomi.
 - d) Identifikasi potensi pelanggan.
 - e) Mengorganisir acara untuk memperkenalkan produk yang dijual.
 - f) Tawarkan diskon dan pengurangan harga.
- 6) Omset Penjualan
- a. Definisi Omset Penjualan

Omset merupakan jumlah transaksi yang terjadi dalam jangka waktu tertentu, seperti hari, minggu, bulan, atau tahun. Omset bukanlah nilai keuntungan atau kerugian. Omset yang besar dengan nilai untung atau rugi yang rendah menunjukkan bahwa manajemen tidak efisien. Dan sebaliknya, jika omset yang kecil dengan nilai untung yang tinggi merupakan bukti keefisienan dalam manajemen.

Menurut Winardi (2005 : 26) penjualan ialah pertemuan antara pedagang dengan konsumen dengan maksud untuk mempertukarkan produk serta jasa dengan mempertimbangkan perkiraan yang menguntungkan seperti perkiraan keuangan.

Penjualan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi pendapatan suatu perusahaan. Selain modal, besar kecilnya omset yang dihasilkan juga dipengaruhi oleh seberapa

baik suatu perusahaan dapat memasarkan produknya. Untuk melakukan hal ini perusahaan harus dapat implementasikan taktik pemasaran efektif, dan agar dapat meningkatkan penjualan yang tinggi, penjualan yang tinggi juga mempengaruhi keuntungan yang tinggi.

Berdasarkan penjelasan di atas, kita mampu mengatakan bahwa omset penjualan adalah perbandingan dari jumlah barang yang diberikan pada pedagang sesuai dengan persetujuan bersama. Adapun indikator untuk omset penjualan adalah sebagai berikut:

$$\text{Omset Penjualan} = \text{Harga Jual Per Unit} \times \text{Total unit yang dijual}$$

b. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Omset Penjualan

Menurut Swastha (2000 : 122) faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan adalah sebagai berikut:

a) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Penjual harus memahami jenis, karakteristik, dan harga produk serta syarat penjualan agar mereka dapat membujuk pembeli untuk mencapai tujuan penjualan yang diharapkan.

b) Situasi Pasar

Pasar sebagai kumpulan konsumen dapat memengaruhi aktivitas penjualan. Kondisi pasar yang penting

dipertimbangkan meliputi bentuk pasar, grup konsumen, gaya beli, saluran pembelian, serta keinginan dan kebutuhan.

c) Modal

Modal merupakan penunjang dalam menjalankan kegiatan usaha.

d) Kondisi Organisasi Perusahaan

Berbeda dengan perusahaan kecil, perusahaan luas menangani penjualan melalui departemen khusus yang disebut “departemen penjualan” yang dipimpin dalam bidang penjualan.

c. Indikator Omset Penjualan

Menurut (Kotler, P. & G. A., 2008) indikator omset penjualan sebagai berikut:

1) Harga Jual

- a) Harga yang terjangkau
- b) Kualitas produk yang sebanding dengan harganya
- c) Harga bersaing
- d) Konsistensi biaya serta keuntungan

2) Produk

- a) Desain yang menarik
- b) Produk dengan kualitas tinggi yang memungkinkan umur ekonomis yang panjang
- c) Biaya promosi

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu akan dijadikan acuan dan referensi dalam penelitian ini, yaitu:

1. (Pasaribu & Hasanuh, 2021) yang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2019”. Menunjukkan hasil penelitiannya secara parsial bahwa variabel biaya produksi dan biaya operasional memiliki pengaruh secara signifikan terhadap laba bersih. Pada uji simultan dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa variabel biaya produksi dan biaya operasional memiliki pengaruh secara signifikan terhadap laba bersih pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2019.
2. (Putri & Yuliandhari, 2020) yang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018”. Menunjukkan hasil penelitiannya secara parsial bahwa variabel biaya produksi berpengaruh negatif terhadap laba bersih, variabel biaya operasional tidak memiliki pengaruh terhadap laba bersih, dan variabel volume penjualan berpengaruh positif terhadap laba bersih. Pada uji simultan dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa variabel biaya produksi, biaya operasional, dan volume penjualan

berpengaruh terhadap laba bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018.

3. (Ambarini, 2020) yang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Biaya Produksi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016”. Menunjukkan hasil penelitiannya secara parsial bahwa variabel biaya produksi dan volume penjualan memiliki pengaruh positif terhadap laba bersih. Pada uji simultan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016.
4. (Jawad Abdul Naufals, 2019) yang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Modal Kerja dan Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan pada PT. Indocement Tunggul Prakarsa periode 2009-2016”. Menunjukkan hasil penelitiannya secara parsial bahwa variabel modal kerja tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih dan variabel volume penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih. Pada uji simultan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara modal kerja dan volume penjualan terhadap laba perusahaan pada PT. Indocement Tunggul Prakarsa periode 2009-2016.

5. (Purwanto, 2021) yang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Volume Penjualan, Biaya Produksi, dan Pajak Penghasilan Terhadap Laba Bersih di Bursa Efek Indonesia”. Menunjukkan hasil penelitiannya secara parsial bahwa variabel volume penjualan dan biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, sedangkan variabel pajak penghasilan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan. Pada uji simultan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel volume penjualan, biaya produksi dan pajak penghasilan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan.
6. (Puspitasari & Fatah, 2021) yang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih di Pangkalan LPG 3 Kg Siti Aminah Sidoarjo Periode 2017-2019”. Manunjukkan hasil penelitiannya secara parsial bahwa variabel volume penjualan dan biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih di Pangkalan LPG 3 Kg Siti Aminah Sidoarjo Periode 2017-2019.
7. (Felicia & Gultom, 2019) yang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih ada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2015”. Menunjukkan hasil penelitiannya secara parsial bahwa variabel biaya produksi, biaya kualitas, dan biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 – 2015.

Pada uji simultan variabel biaya produksi, biaya kualitas, dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 – 2015.

8. (Endaryono, 2021) yang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Biaya Pemasaran, Omzet Penjualan terhadap Laba Perusahaan (Studi Kasus pada PT Granitoguna BC). Menunjukkan hasil penelitiannya secara parsial bahwa variabel biaya pemasaran dan omset penjualan berpengaruh positif terhadap laba pada PT Granitoguna BC. Pada uji simultan variabel biaya pemasaran dan omset penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap laba pada PT Granitoguna BC.
9. (Prasetyaningrum et al., 2022) yang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Modal, Omzet Penjualan dan Jam Operasional Terhadap Laba (Studi Kasus pada UMKM Kuliner PKL Mitra GoFood di Kabupaten Karanganyar)”. Hasil penelitiannya menunjukkan secara parsial bahwa variabel modal dan omset penjualan berpengaruh signifikansi terhadap laba. Sedangkan pada variabel jam operasional berpengaruh tidak signifikan terhadap laba pada UMKM Kuliner PKL Mitra GoFood di Kabupaten Karanganyar. Pada uji simultan variabel modal, omset penjualan dan jam operasional berpengaruh signifikan terhadap laba pada UMKM Kuliner PKL Mitra GoFood di Kabupaten Karanganyar.
10. (Ammy, 2021) yang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Volume Penjualan

Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Tekstil Dan Garment Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019". Hasil penelitiannya menunjukkan secara parsial variabel biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan dengan laba bersih perusahaan. Sedangkan variabel volume penjualan berpengaruh negatif dan signifikan dengan laba bersih. Pada uji simultan variabel biaya produksi dan volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan. Pada uji regresi moderasi menunjukkan bahwa variabel volume penjualan tidak penjualan tidak memoderasi pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih Perusahaan Tekstil dan Garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019.

Tabel 2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Teknik Analisis Data	Persamaan	Perbedaan
1.	(Pasaribu & Hasanuh, 2021)	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI	Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.	Meneliti variabel biaya produksi sebagai variabel independen. Laba bersih sebagai variabel dependen.	Variabel biaya operasional sebagai variabel independen tidak diteliti. Perbedaan objek penelitian serta perbedaan populasi dan sampel penelitian.

		Periode 2015-2019			
2.	(Putri & Yuliandhari, 2020)	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018	Penelitian ini menggunakan regresi data panel yang diuji dengan software Eviews 10.	Meneliti variabel biaya produksi dan volume penjualan sebagai variabel independen. Laba bersih sebagai variabel dependen.	Variabel biaya operasional sebagai variabel independent tidak diteliti. Perbedaan objek penelitian serta perbedaan populasi dan sampel penelitian.
3.	(Ambarini, 2020)	Pengaruh Biaya Produksi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016	Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.	Meneliti variabel biaya produksi dan volume penjualan sebagai variabel independen. Laba bersih sebagai variabel dependen.	Perbedaan objek penelitian serta perbedaan populasi dan sampel penelitian.
4.	(Jawad Abdul Naufals, 2019)	Pengaruh Modal Kerja	Teknik analisis data	Meneliti variabel	Variabel modal kerja

		dan Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan pada PT. Indocement Tungal Prakarsa periode 2009-2016	yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.	volume penjualan sebagai variabel independen. Laba bersih sebagai variabel dependen.	sebagai variabel independen tidak diteliti. Perbedaan objek penelitian serta perbedaan populasi dan sampel penelitian.
5.	(Purwanto, 2021)	Pengaruh Volume Penjualan, Biaya Produksi, dan Pajak Penghasilan Terhadap Laba Bersih di Bursa Efek Indonesia	Analisis Regresi Berganda	Meneliti variabel volume penjualan dan biaya produksi sebagai variabel independen. Laba bersih sebagai variabel dependen.	Variabel pajak penghasilan sebagai variabel independen tidak diselidiki. Perbedaan objek penelitian serta perbedaan populasi dan sampel penelitian.
6.	(Puspitasari & Fatah, 2021)	Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih di Pangkalan LPG 3 Kg Siti Aminah Sidoarjo Periode 2017-2019	Analisis Regresi Linear Berganda	Meneliti variabel volume penjualan sebagai variabel independen	Variabel biaya operasional sebagai variabel independen tidak diselidiki. Perbedaan objek penelitian serta

					perbedaan populasi dan sampel penelitian.
7.	(Felicia & Gultom, 2019)	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih ada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2015	Analisis Regresi Linear Berganda	Meneliti variabel biaya produksi sebagai variabel independen. Laba bersih sebagai variabel dependen.	Variabel biaya kualitas dan variabel biaya promosi sebagai variabel independen tidak diteliti. Perbedaan objek penelitian serta perbedaan populasi dan sampel penelitian.
8.	(Endaryono, 2021)	Pengaruh Biaya Pemasaran, Omzet Penjualan terhadap Laba Perusahaan (Studi Kasus pada PT Granitoguna BC)	Analisis Regresi Sederhana	Meneliti variabel omzet penjualan sebagai variabel independen. Laba bersih sebagai variabel dependen.	Variabel biaya pemasaran sebagai variabel independen tidak diteliti. Perbedaan objek penelitian serta perbedaan populasi dan sampel penelitian.
9.	(Prasetyaningrum et al., 2022)	Pengaruh Modal, Omzet Penjualan,	Analisis Regresi Berganda	Meneliti variabel omzet penjualan	Variabel modal dan jam operasional

		dan Jam Operasional Terhadap Laba (Studi Kasus pada UMKM Kuliner PKL Mitra GoFood di Kabupaten Karanganyar)		sebagai variabel independen. Laba bersih sebagai variabel dependen.	sebagai variabel independen tidak diteliti. Perbedaan objek penelitian serta perbedaan populasi dan sampel penelitian.
10.	(Ammy, 2021)	Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Tekstil Dan Garment Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019	Uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, uji interaksi dan uji koefisien determinasi	Meneliti variabel biaya produksi sebagai variabel independen. Laba bersih sebagai variabel dependen.	Tidak ada variabel moderating. Perbedaan objek penelitian serta perbedaan populasi dan sampel penelitian.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah laba bersih pada UMKM pedagang tahu aci di Desa Karangmangu Kecamatan Tarub Kabupaten Tegal. Variabel independent pada penelitian ini adalah biaya produksi, biaya packaging, volume penjualan dan omset penjualan.

1. Biaya Produksi Berpengaruh Terhadap Laba Bersih

Semakin tinggi harga pokok produksi, maka semakin rendah laba bersihnya dan sebaliknya semakin rendah biaya produksi, maka semakin tinggi pula laba bersihnya. Hal ini sejalan dengan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh (Sembiring & Siregar, 2018), (Ambarini, 2020), dan (Pasaribu & Hasanuh, 2021) yang menunjukkan hasil jika biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih.

2. Biaya *Packaging* Berpengaruh Terhadap Laba Bersih

Semakin besar minat konsumen terhadap produk usaha maka semakin besar pula peluang untuk memperoleh pelanggan serta dapat memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.

3. Volume Penjualan Berpengaruh Terhadap Laba Bersih

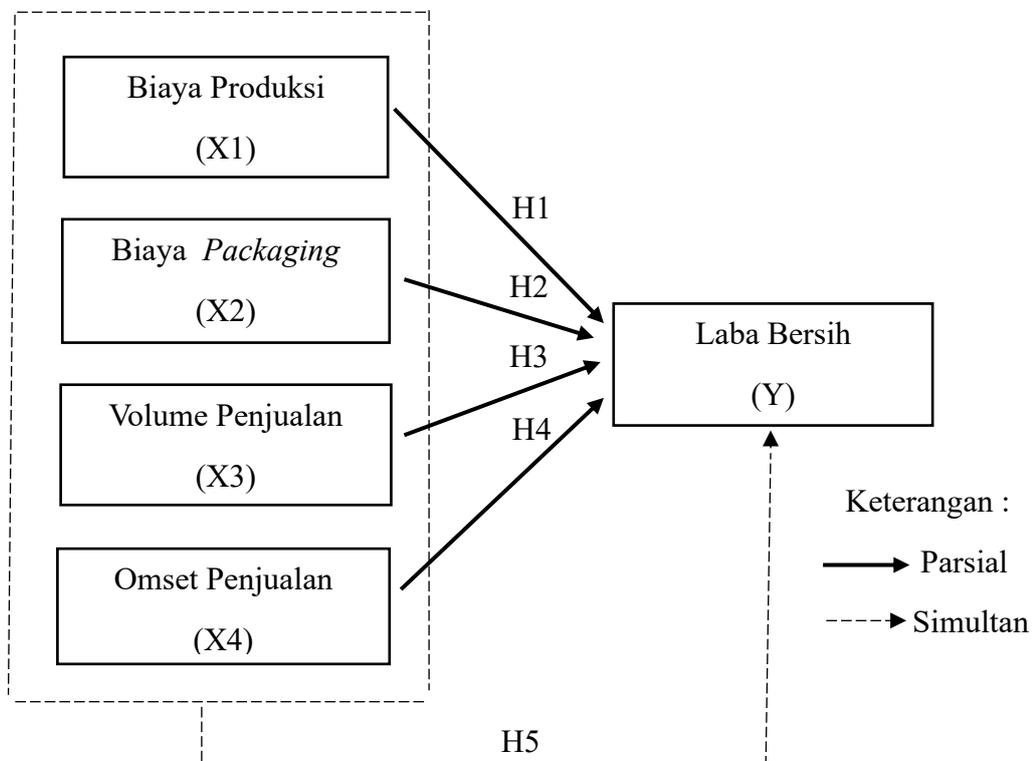
Usaha Mikro Kecil dan Menengah lebih memperhatikan penjualan untuk meningkatkan laba bersih, sehingga semakin banyak penjualan, maka semakin tinggi pula keuntungan yang diterima. Hal ini sejalan dengan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh (Jawad Abdul Naufals, 2019), (Lisna & Hambali, 2020), dan (Ambarini, 2020) yang

menunjukkan hasil jika volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih.

4. Omset Penjualan Berpengaruh Terhadap Laba Bersih

Semakin besar omset penjualan yang didapatkan maka semakin besar pula laba yang diperoleh. Hal ini terjadi karena pendapatan yang tinggi diimbangi dengan pengendalian yang baik, sehingga dapat meningkatkan laba. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ammy, 2021) yang menunjukkan hubungan antara omset penjualan terhadap laba bersih.

Oleh karena itu, kerangka pemikiran dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk gambar berikut:



Gambar I
Kerangka Pemikiran Konseptual

D. Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi sementara yang dihasilkan dari rumusan suatu masalah penelitian.

Berdasarkan landasan teori yang dikemukakan dan penelitian-penelitian terdahulu yang disebutkan di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁ : Biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada UMKM pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal.
- H₂ : Biaya *packaging* berpengaruh terhadap laba bersih pada UMKM pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal.
- H₃ : Volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada UMKM pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal.
- H₄ : Omset Penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada UMKM pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal.
- H₅ : Biaya Produksi, Biaya *Packaging*, Volume Penjualan dan Omset Penjualan berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih pada UMKM pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengukuran variabel penelitian menggunakan angka atau bilangan dengan menggunakan teknik perhitungan statistik.

Penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian asosiatif karena berfokus pada hubungan atau variabel independen (X_1) terhadap variabel dependen (Y). Penelitian ini menyelidiki bagaimana variabel bebas berhubungan satu sama lain serta bagaimana pengaruh sebab akibatnya satu sama lain.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dengan menggunakan instrumen yang telah ditentukan. Dalam kasus ini data primer diperoleh dari wawancara dengan pedagang tahu aci yang termasuk dalam sampel penelitian.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pedagang tahu aci yang berlokasi di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal.

2. Waktu Penelitian

Jangka waktu yang dilakukan untuk penelitian 3 (tiga) bulan lamanya, yang insya allah dilaksanakan pada bulan Maret-Mei 2024.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah suatu area umum yang memuat objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan peneliti dalam penelitiannya untuk menarik kesimpulan (Sugiyono, 2009: 126).

Berdasarkan uraian diatas, maka populasi penelitian ini adalah semua pedagang yang jumlahnya 45 pedagang tahu aci, yang berlokasi di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal.

Tabel 3

Daftar Populasi Penelitian Pedagang Tahu Aci di Desa Karangmangu

No	Nama Label	No.	Nama Label
1.	Tahu Aci EDNG	24.	Tahu Aci TI
2.	Tahu Aci LTP	25.	Tahu Aci MSH
3.	Tahu Aci SPH	26.	Tahu Aci MHD
4.	Tahu Aci MWH	27.	Tahu Aci AMR
5.	Tahu Aci RTH	28.	Tahu Aci TSM
6.	Tahu Aci Dian Sari	29.	Tahu Aci DD
7.	Tahu Aci RD	30.	Tahu Aci BHN
8.	Tahu Aci MZN	31.	Tahu Aci TR
9.	Tahu Aci JS	32.	Tahu Aci GFR
10.	Tahu Aci CPO	33.	Tahu Aci RMDN
11.	Tahu Aci BMG	34.	Tahu Aci DMH
12.	Tahu Aci BSR Jaya	35.	Tahu Aci PM
13.	Tahu Aci SS	36.	Tahu Aci SMD
14.	Tahu Aci Sari Rasa	37.	Tahu Aci KHP
15.	Tahu Aci Bang Awi	38.	Tahu Aci ARS
16.	Tahu Aci RMD	39.	Tahu Aci JNL
17.	Tahu Aci Sukaria	40.	Tahu Aci LKMN
18.	Tahu Aci KHR	41.	Tahu Aci AMD
19.	Tahu Aci THI	42.	Tahu Aci ME
20.	Tahu Aci SUS	43.	Tahu Aci SNM
21.	Tahu Aci RPI	44.	Tahu TSMH
22.	Tahu Aci RJL	45.	Tahu PRSK
23.	Tahu Aci Zahra		

Sumber: Balaidesa Karangmangu, Kec. Tarub, Kab. Tegal

2. Sampel

Sampel adalah jumlah dan karakteristik populasi yang dipilih secara hati-hati. Peneliti ingin menghitung satu atau lebih nilai populasi atau menguji satu atau lebih hipotesis statistik pada saat mengambil sampel (Suryani S, 2018). Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, karena metode pengambilan sampel pedagang tahu aci dilakukan berdasarkan kriteria sebagai berikut:

Tabel 4
Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1.	Usaha pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal	45
2.	Memiliki karyawan, karena dalam biaya produksi terdapat biaya tenaga kerja	(30)
3.	Per hari memiliki omset penjualan minimal Rp.500.000	(2)
Jumlah sampel UMKM pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal		13
Total data penelitian pada triwulan I – IV (13 x 4)		52

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa terdapat 13 sampel pedagang tahu aci di Desa Karangmangu Kecamatan Tarub Kabupaten Tegal dalam periode 4 (empat) triwulan. Jadi, totalnya 52 sampel (10 x 4 triwulan).

Tabel 5

Daftar Sampel Penelitian Pedagang Tahu Aci di Desa Karangmangu,
Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal

No	Nama Label
1.	Tahu Aci EDNG
2.	Tahu Aci MWH
3.	Tahu Aci RTH
4.	Tahu Aci Dian Sari
5.	Tahu Aci BSR Jaya
6.	Tahu Aci Sari Rasa
7.	Tahu Aci Bang Awi
8.	Tahu Aci SKI
9.	Tahu Aci KHR
10.	Tahu Aci RPI
11.	Tahu Aci Zahra
12.	Tahu Aci BHN
13.	Tahu Aci ME

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2024

D. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel

1. Definisi Konseptual

Variabel penelitian adalah atribut, ciri, atau nilai seseorang, benda, atau aktivitas yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013 :38)

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah biaya produksi (X1), biaya packaging (X2), volume penjualan (X3) dan omset penjualan (X4), sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah laba bersih (Y).

a. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat, yaitu variabel yang disebabkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas (Sugiyono, 2013: 39). Oleh karena itu, dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah laba bersih.

Laba bersih adalah kelebihan seluruh pendapatan dan keuntungan atas seluruh biaya dan kerugian (Soemarso, 2004: 234).

Laba bersih terdiri dari tiga bagian:

- a) Pendapatan, merupakan jumlah uang yang diterima perusahaan dari konsumen setelah menjual produk .
- b) Beban, merupakan mengurangi penghasilan dalam laporan laba rugi yang mendapatkan laba bersih sebelum pajak.
- c) Pajak, merupakan sumbangan penting yang diaturserta diwajibkan kepada negara.

b. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas, yaitu variabel yang mengubah atau menimbulkan variabel terikat (Soemarso, 2004: 39). Berikut adalah variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini:

a) Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan selama proses mengubah bahan mentah menjadi produk yang siap dijual.

b) Biaya Packaging

Biaya adalah jumlah nominal yang digunakan untuk menukarkan suatu benda atau barang. Sedangkan kemasan adalah suatu alat yang digunakan untuk mengemas suatu benda atau barang. Jadi dapat kita simpulkan bahwa biaya pengemasan adalah jumlah nominal yang harus kita keluarkan untuk mengganti bahan pengemas tersebut.

c) Volume Penjualan

Volume penjualan adalah salah satu cara bisnis dapat menunjukkan kinerjanya dengan mengukur berapa banyak penjualan yang telah dilakukan atau apakah bisnis berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan keuntungan dengan meningkatkan volume penjualan.

d) Omset Penjualan

Omset penjualan adalah sejumlah barang yang diterima dari pembeli sebesar jumlah uang yang dibayarkan kepada penjual, sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

Tabel 6

Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1.	Laba Bersih	Mengukur sejauh mana pedagang tahu aci mampu menghasilkan keuntungan	Laba Bersih = Total Pendapatan – Total Pengeluaran	Rasio
2.	Biaya Produksi	Biaya yang menunjukkan besar	Biaya Produksi = Biaya Bahan Baku	Rasio

		kecilnya pengeluaran yang terkait dengan pembuatan suatu produk	+ Biaya Tenaga Kerja Langsung + Biaya Overhead Pabrik	
3.	Biaya Packaging	Mengukur biaya dalam pengemasan dapat mengurangi margin keuntungan	Biaya Kemasan = Biaya Bahan Kemasan + Biaya Pegawai Pelaksana Kemasan	Rasio
4.	Volume Penjualan	Mengukur Jumlah produk atau layanan yang berhasil dijual dalam suatu periode waktu tertentu dapat mencerminkan skala atau volume penjualan	Volume Penjualan = Kuantitas atau Total Penjualan	Rasio
5.	Omset Penjualan	Persentase peningkatan atau penurunan omset dari periode waktu ke periode waktu lainnya dapat memberikan indikasi dinamika pertumbuhan usaha	Omset penjualan = Harga Jual Per Unit x Total Unit yang Terjual	Rasio

E. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan penelitian yang paling strategis, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mengumpulkan data (Sugiyono, 2013: 224). Oleh karena itu, pemilihan teknik pengumpulan data harus dipilih dengan tepat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2017:194) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan penelitian

pendahuluan untuk menemukan masalah yang ingin diselidiki dan ketika peneliti juga ingin mengetahui lebih jauh permasalahan responden dan jumlah responden yang sedikit. Dalam penelitian ini wawancara yang digunakan adalah wawancara terbuka. Wawancara terbuka berarti peneliti mempunyai kebebasan untuk berbicara secara luas dan rinci selama wawancara.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data di mana responden diberi daftar pertanyaan untuk menjawabnya. Untuk penelitian ini, kuesioner yang dirancang secara individual. Peneliti secara proaktif menyebarkan kuesioner kepada responden atau pedagang tahu aci. Kuesioner penelitian ini bersifat terbuka karena peneliti berharap kepada para pedagang tahu aci sebagai responden bersedia mengisi kuesioner yang sudah terdapat daftar pertanyaannya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan tambahan untuk penggunaan metode wawancara dan kuisisioner. Tinjauan literatur penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk permasalahan penelitian kemudian mengkajinya secara mendalam sehingga dapat mendukung dan memperkuat kredibilitas dan bukti tentang suatu peristiwa. Hasil wawancara dan kuisisioner akan lebih reliabel jika didukung oleh dokumen yang relevan dengan masalah penelitian.

F. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis hasil penelitian untuk menarik kesimpulan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dari data dan menggunakan hasilnya untuk memecahkan masalah. Sebelum melakukan analisis regresi sebaiknya menggunakan uji hipotesis klasik terlebih dahulu, karena perlu dilakukan pengecekan apakah model regresi yang digunakan terbebas dari permasalahan normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas atau tidak. Jika hal ini terpenuhi maka model analisis dapat digunakan. Dalam penelitian ini dilakukan pengujian hipotesis dan pengujian asumsi klasik dengan menggunakan alat analisis statistik yaitu berupa output SPSS. SPSS yang digunakan adalah SPSS versi 26.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Dalam penelitian, analisis statistik deskriptif adalah proses mengubah data penelitian menjadi tabel yang mudah dipahami dan diinterpretasikan. Rangkuman, pengaturan, atau susunan data dapat disajikan dalam bentuk tabel dan grafik numerik. Peneliti sering menggunakan analisis ini untuk mendapatkan informasi tentang fitur variabel penelitian utama serta demografi responden. Frekuensi, tendensi sentral (rata-rata, median, dan modus), disperse (standar deviasi dan varians), dan koefisien korelasi dan masing-masing variabel penelitian digunakan untuk deskripsi. Jenis skala pengukuran construct yang

digunakan dalam penelitian menentukan ukuran yang digunakan dalam statistic deskriptif.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah ada penyimpangan terhadap asumsi klasik atau persamaan regresi berganda yang digunakan. Uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas adalah bagian dari uji ini. Masing-masing dari pengujian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi variabel residual dalam model regresi normal. Uji t dan uji f mengansumsikan residual berdasarkan normal, seperti yang diketahui. Uji statistik tidak akan valid untuk sampel kecil jika asumsi ini tidak dipenuhi (Ghozali Imam, 2018 :161). Untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Data dianggap berdistribusi normal jika variabel mempunyai nilai probabilitas $> 0,05$. Data yang normal atau mendekati normal menghasilkan model regresi yang baik.

2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel

independenya atau tidak. Variabel independen yang memiliki nilai korelasi nol disebut ortogonal (Ghozali Imam, 2018 :107).

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat VIF (Variance Inflation Factor) antara variabel independen dengan nilai toleransinya. Batas umum yang menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai toleransi kurang dari 0,10 atau setara dengan VIF lebih dari 0,10.

3) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi mengalami ketidaksamaan dalam varians residu. Jika varians residu dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap konstan, itu disebut homoskedastisitas, dan jika tidak, itu disebut heteroskedastisitas. Homoskedastisitas atau heteroskedastisitas tidak ditemukan dalam model regresi yang baik. Uji *Glejser* dapat digunakan untuk mengukur heteroskedastisitas berdasarkan tingkat signifikansi. Tingkat signifikansi lebih besar dari 5% menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan tingkat signifikansi di bawah 5% menunjukkan bahwa ada heteroskedastisitas (Ghozali Imam, 2018 :137).

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah studi tentang bagaimana suatu variabel terikat (*dependent*) bergantung pada satu atau lebih variabel bebas (*independent*). Tujuan dari analisis ini adalah untuk menghitung

nilai rata-rata keseluruhan atau nilai rata-rata variabel terikat (*dependent*) berdasarkan nilai-nilai yang diketahui dari variabel bebas (*independent*). Koefisien masing-masing variabel bebas ditunjukkan sebagai hasil analisis.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah biaya produksi, biaya packaging, volume penjualan, dan omset penjualan. Sedangkan variabel dependennya adalah laba bersih. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

Keterangan:

Y : Laba Bersih

a : Konstanta

β_1 : Koefisien Regresi Variabel Biaya Produksi

β_2 : Koefisien Regresi Variabel Biaya Packaging

β_3 : Koefisien Regresi Variabel Volume Penjualan

β_4 : Koefisien Regresi Variabel Omset Penjualan

X1 : Biaya Produksi

X2 : Biaya Packaging

X3 : Volume Penjualan

X4 : Omset Penjualan

4. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (uji t)

Pada dasarnya, uji t menunjukkan bagaimana variabel independen masing-masing memengaruhi variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil atau kurang dari 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali Imam, 2018 :98).

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F menguji apakah semua variabel independen dalam model regresi memengaruhi variabel dependen dengan cara yang sama atau simultan. Nilai signifikansi kurang atau sama dengan 0,05 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ menunjukkan bahwa variabel independen memengaruhi variabel dependen secara bersamaan. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak memengaruhi variabel dependen secara bersamaan (Ghozali Imam, 2018 : 98).

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah ukuran seberapa baik suatu model menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi mempunyai nilai antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang rendah berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi perubahan variabel dependen (Ghozali Imam, 2018 :97).