

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum**

##### **1. Objek Penelitian**

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 masyarakat karangmangu.

Sejarah tahu aci terkait erat dengan budaya kuliner masyarakat setempat dan berkembang dari kebutuhan untuk membuat makanan yang sederhana, lezat, dan murah. Makanan khas wilayah Tegal dan sekitarnya di Jawa Tengah, Indonesia, dikenal sebagai tahu aci, di mana tahu adalah bahan yang sering digunakan dalam masakan tradisional. Aci, juga dikenal sebagai tepung tapioka, adalah bahan yang populer dalam masakan Jawa, terutama untuk memberi makanan tekstur kenyal.

Tahu aci adalah hasil inovasi lokal yang menggabungkan tahu dan aci untuk menciptakan rasa dan tekstur yang unik. Tahu, yang memiliki rasa netral, dikombinasikan dengan aci yang kenyal, menciptakan kombinasi yang menarik. Bumbu biasanya dicampur dengan isi aci. Meskipun tahu aci berasal dari Tegal, popularitasnya menyebar ke daerah lain di Jawa Tengah. Pedagang lokal dan pengusaha makanan berkontribusi pada penyebaran tahu aci ke masyarakat umum.

Keakraban dengan aci telah menjadi bagian dari budaya kuliner orang Tegal. Pasar tradisional, warung makan, dan tempat jajanan lainnya sering menyediakan makanan ini. Banyak orang menyukainya karena harganya murah dan rasanya yang lezat.

## **2. Pedagang Sampel**

### **a. Tahu Aci BSR Jaya**

Berawal dari bapak Basir yang semula hanya pekerja pabrik yang masa kontraknya telah habis. Kemudian beliau terjun ke usaha baru dengan membantu bisnis usaha tahu salah satu anggota keluarganya. Setelah mendapatkan ilmu dan pengalaman yang cukup dalam, akhirnya beliau mulai membuka usahanya sendiri pada tanggal 10 September 2015. Modal pertama yang digunakan dengan mencairkan BPJS ketenagakerjaan. Modal tersebut digunakan untuk membuat grobak, membeli peralatan dan lain-lainnya. Kemudian, beberapa tahun kedepan sudah mulai dikenal oleh banyak masyarakat sehingga mengalami peningkatan penjualan dari yang awalnya 70 kotak tahu sekarang sudah bisa mencapai ribuan kotak tahu. Setelah pendapatan meningkat, kemudian pada tahun 2021 mempunyai inovasi baru dengan menambah kemasan baru (vakum) yang bisa bertahan sampai 7 hari tanpa masuk kulkas, agar bisa dikirim keluar kota maupun ke luar negeri.

b. Tahu Aci Sukaria

Bapak Sukeri memulai perjalanan bisnisnya sebagai pedagang tahu Aci pada tahun 2009 dengan dorongan dari tetangganya yang sukses dalam bisnis yang sama. Meskipun sebelumnya bekerja sebagai pekerja home industri logam, Bapak Sukeri melihat peluang besar dalam berjualan tahu Aci untuk mendapatkan pendapatan yang lebih stabil. Dengan bimbingan dari tetangganya, ia memulai usaha tersebut. Meskipun awalnya hanya berhasil menjual 50 kotak tahu Aci dalam 6 bulan dan harus sering berganti tempat untuk menarik pelanggan, namun seiring berjalannya waktu, usahanya berkembang pesat dan diminati oleh banyak konsumen. Ini menunjukkan betapa pentingnya motivasi dan kesungguhan dalam meraih kesuksesan.

c. Tahu Aci Zahra

Bapak Nuryasin awalnya bekerja di sebuah pabrik, namun kontraknya habis pada tahun 2014, membuatnya menganggur selama dua bulan. Ketika akhirnya mendapatkan pekerjaan baru, pendapatannya masih tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Suatu hari, Bapak Nuryasin mendapatkan motivasi dari tetangganya yang sukses berjualan tahu Aci dengan pendapatan yang cukup besar. Tertarik dengan potensi usaha tersebut, Bapak Nuryasin memutuskan untuk mencoba peruntungannya di bidang

yang sama. Ia belajar mengelola usaha tahu Aci dari tetangganya tersebut.

Pada tahun 2015, setelah merasa cukup mahir, Bapak Nuryasin memutuskan untuk membuka usahanya sendiri. Awal merintis usaha, Bapak Nuryasin hanya mampu menjual 35 kotak tahu Aci per hari selama dua bulan pertama. Namun, dengan kerja keras dan ketekunannya, penjualan tahu Aci Bapak Nuryasin mengalami peningkatan signifikan, dari 35 kotak per hari menjadi ratusan kotak. Usahanya pun berkembang pesat berkat semangat dan kegigihannya dalam menjalankan bisnis tahu Aci.

d. Tahu Aci Pai

Bapak Ripai adalah seorang guru SD yang berdedikasi, bapak Ripai tidak memiliki cukup uang untuk memenuhi kebutuhan keluarganya, terinspirasi untuk belajar berjualan tahu karena kesuksesan orangtuanya. Setiap hari sepulang sekolah, Bapak Ripai belajar dari orangtuanya membuat dan menjual tahu Aci, terlibat langsung dalam proses pembuatan dan penjualan. Bapak Ripai memulai usaha tahu aci sebagai pekerjaan sampingan setelah merasa cukup percaya diri. Meskipun harus pandai membagi waktu, usahanya mulai berkembang berkat kerja keras dan ketekunannya. Penjualan tahu aci terus meningkat karena resepnya yang lezat dan pelayanannya yang ramah. Usaha telah menunjukkan bahwa aci Bapak Ripai sekarang menjadi sumber penghasilan

tambahan yang penting, yang membantu memenuhi kebutuhan keluarga dan memberikan kebahagiaan yang unik. Bapak Ripai penuh semangat.

e. Tahu Aci Marwah

Ibu Marwah adalah seorang wanita yang berasal dari latar belakang sebagai penjahit. Pada tahun 2011, dengan dukungan modal dari orang tuanya, ia memutuskan untuk memulai usaha baru dengan membuka usaha tahu aci. Ia belajar segala hal tentang bisnis tahu aci dari orang tuanya, yang mungkin telah memiliki pengalaman dalam industri tersebut. Dari awal merintis usaha tahu Aci dengan hanya menjual 30 kotak dari pagi sampai malam, kini usahanya telah berkembang pesat hingga menjual ratusan kotak tahu Aci setiap harinya. Dengan bimbingan dan dukungan mereka, ibu Marwah berhasil menjalankan usahanya dan mengembangkan bisnisnya selama bertahun-tahun. Keberhasilannya merupakan bukti dari dedikasi dan ketekunan dalam menghadapi tantangan dan membangun sesuatu dari nol.

f. Tahu Aci RTH

Ibu Rotah sebagai pedagang tahu Aci sungguh menginspirasi. Awalnya, dia bekerja bersama kakaknya selama empat tahun sebelum memutuskan untuk membuka usaha sendiri bersama suaminya pada tahun 2016. Keberanian dan keyakinan Ibu Rotah untuk mengelola usaha sendiri terbukti tepat, terutama dengan

dukungan yang tak kenal lelah dari suaminya. Meskipun awalnya hanya menjual sekitar 50 kotak per hari dan seringkali harus mencari tempat berjualan yang ramai, kini usaha mereka telah berkembang pesat. Dengan semakin banyaknya pengunjung yang datang, mereka bahkan mampu menjual ratusan kotak tahu setiap harinya. Ini adalah bukti nyata bahwa dengan ketekunan dan kerja keras, impian bisa menjadi kenyataan.

g. Tahu Aci EDNG

Ibu Endang adalah seorang pedagang tahu Aci yang memulai usahanya pada tahun 2011 bersama suaminya. Sebelumnya, Ibu Endang bekerja di PT, namun setelah kehabisan kontrak pada tahun 2010, dia memutuskan untuk berjualan tahu Aci dengan dorongan dari orang tuanya. Dengan modal yang dimiliki, Ibu Endang dan suaminya membuka usaha sendiri. Meskipun awalnya hanya berhasil menjual 40 kotak per hari selama 4 bulan, Ibu Endang tidak pernah menyerah dan tetap semangat. Dengan ketekunan dan kerja kerasnya, penjualan mulai meningkat setelah 4 bulan, dan usahanya pun semakin berkembang dan diminati oleh banyak konsumen. Ini adalah cerita inspiratif tentang bagaimana kegigihan dan semangat pantang menyerah bisa membawa kesuksesan dalam berbisnis.

h. Tahu Aci Dian Sari

Bapak Muksin bekerja di balai desa dan juga seorang pedagang tahu aci. Karena pendapatannya dari pekerjaannya di balai

desa tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya, dia awalnya mulai berjualan tahu aci. Dia mulai menjual tahu aci sejak 2016. Bapak Muksin awalnya belajar mengelola usaha tahu aci dari tetangganya. Dengan waktu, ia semakin mahir dan akhirnya bisa mengelola usaha tahu aci sendiri. Dia berhasil membuka pangkalan tahu aci dengan uang yang cukup sedikit dari tabungan pribadinya. Pada awal usahanya, Bapak Muksin hanya mampu menjual 100 kotak tahu aci setiap hari dan sering harus berpindah-pindah untuk mencari tempat yang lebih ramai pengunjung. Namun, berkat kesabaran dan kerja keras, dia sekarang mampu menjual ratusan kotak tahu aci setiap hari. Bahkan di tengah liburan lebaran, penjualannya bisa mencapai ribuan kotak.

i. Tahu Aci BHN

Tahu Aci Bahan, setelah kehilangan pekerjaan sebagai pegawai pabrik pada 2021, menghadapi pengangguran selama satu bulan. Berkat tawaran kerjasama dari tetangganya, ia mulai berjualan tahu aci. Selama enam bulan bermitra, ia belajar bisnis tersebut dan memutuskan membuka usaha sendiri pada 2022 dengan modal tabungannya. Awalnya, ia hanya mampu menjual 35 kotak tahu aci per hari. Namun, berkat ketekunan dan kerja keras, penjualannya tumbuh pesat hingga mencapai ratusan kotak per hari. Kisahnya menunjukkan bahwa dengan tekad dan usaha keras, seseorang bisa meraih kesuksesan meskipun memulai dari bawah.

j. Tahu Aci KHR

Bapak Kherul, seorang lulusan SMK, memulai karirnya dengan berjualan tahu aci bersama tetangganya. Pada 2016, ia membuka usaha tahu aci sendiri. Awalnya, ia hanya mampu menjual 50 kotak per hari. Namun, melalui ketekunan dan eksperimen dengan lokasi penjualan, bisnisnya berkembang pesat, kini mampu menjual ratusan hingga ribuan kotak setiap hari, terutama saat Lebaran. Keunikan usahanya adalah penggunaan kemasan besek, memberikan nilai tambah dan citra khas Tegal. Inovasi ini meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk, menjadikan Bapak Kherul contoh wirausaha gigih dan inovatif.

k. Tahu Aci ME

Perjalanan Bapak Mulyono sebagai seorang pedagang tahu aci adalah contoh yang menginspirasi tentang keberanian dan ketekunan. Setelah kehilangan pekerjaan sebagai pegawai pabrik, ia tidak menyerah, melainkan memutuskan untuk mencari jalan baru dengan berjualan tahu aci bersama tetangganya. Dengan waktu dan kesabaran, ia akhirnya mampu membuka usaha tahu aci sendiri pada tahun 2012, menggunakan tabungan pribadinya sebagai modal.

Pada awal bisnisnya, beliau hanya mampu menjual 50 kotak tahu aci per hari, namun dengan tekad dan kerja keras, ia berhasil mengembangkan usahanya. Seiring berjalannya waktu, penjualan meningkat dan kini bisnisnya mampu terjual ratusan kotak tahu aci

setiap harinya. Kisah Bapak Mulyono mengajarkan kita tentang pentingnya determinasi dan semangat pantang menyerah dalam meraih kesuksesan dalam dunia usaha.

Tabel 7

## Kriteria Pemilihan Sampel Outlier

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 sebelum outlier di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal		13
Jumlah sampel UMKM pedagang tahu aci setelah outlier di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal		11
Total data penelitian sebelum outlier pada triwulan I – IV (13 x 4)		52
Total data penelitian setelah outlier pada triwulan I – IV (11 x 4)		44

## B. Hasil Penelitian

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

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. Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu biaya produksi, biaya packaging, volume penjualan, omset penjualan dan laba bersih. Hasil analisis statistic deskriptif dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 8  
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Produksi	44	45984000	198672000	77006613.64	36117691.082
Biaya Packaging	44	1607500	8157000	2966761.36	1245555.169
Volume Penjualan	44	75600	313200	121478.64	50073.713
Omset Penjualan	44	54810000	266220000	102540045.45	43287545.793
Laba Bersih	44	6255000	59391000	26152227.27	12612491.758
Valid N (listwise)	44				

Sumber: Output SPSS 26, data primer yang diolah (2024)

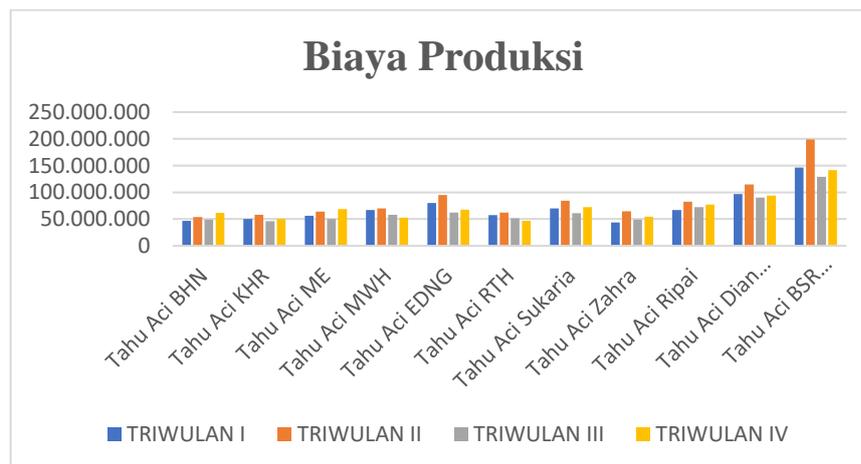
Penelitian ini mengambil sampel pedagang tahu aci yang berlokasi di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal pada periode Triwulan I – IV. Pedagang tahu aci yang menjadi sampel di penelitian ini sebanyak 13 pedagang dengan outlier 8 data tabulasi. Berdasarkan penjelasan data analisis statistic deskriptif yang sudah diolah yaitu sebagai berikut:

- 1) Variabel Biaya Produksi ( $X_1$ ) memiliki nilai minimum sebesar 45984000 dan nilai maximum sebesar 198.672.000, nilai rata-rata (mean) sebesar 77006613.64 dan standar deviasi sebesar 36117691.082.
- 2) Variabel Biaya *Packaging* ( $X_2$ ) memiliki nilai minimum sebesar 1.607.500 dan nilai maximum sebesar 8.157.000, nilai rata-rata (mean) sebesar 2966761.36 dan standar deviasi sebesar 1245555.169.

- 3) Variabel volume penjualan (X3) memiliki nilai minimum sebesar 75.600 dan nilai maximum sebesar 313.200, nilai rata-rata (mean) sebesar 121478.64 dan standar deviasi sebesar 50073.713.
- 4) Variabel omset penjualan memiliki nilai minimum sebesar 54.810.000 dan nilai maximum sebesar 266.220.000, nilai rata-rata (mean) sebesar 102540045.45 dan standar deviasi sebesar 43287545.793.
- 5) Variabel laba bersih (Y) memiliki nilai minimum sebesar 6.255.000 dan nilai maximum sebesar 59.391.000, nilai rata-rata (mean) sebesar 26152227.27 dan standar deviasi sebesar 12612491.758.

a. 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. Berikut hasil perhitungan dari biaya produksi periode Triwulan I-IV Tahun 2023:



Grafik 2

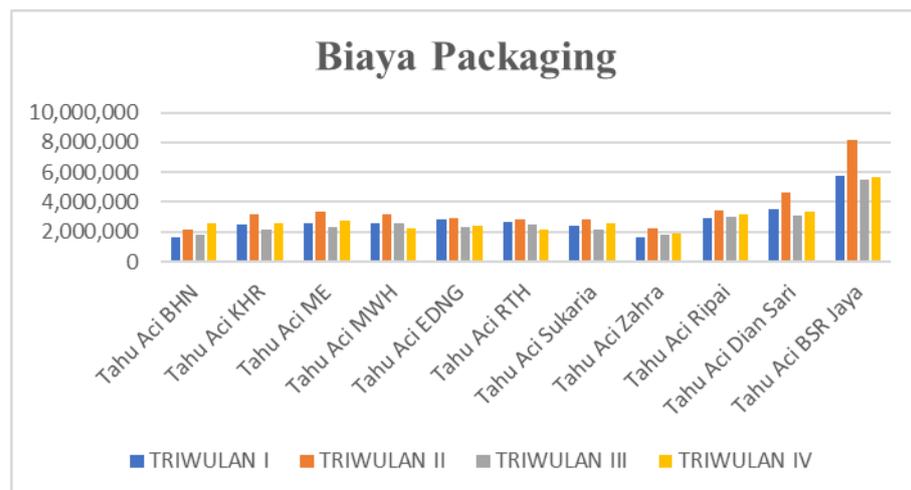
Perkembangan Biaya Produksi Periode Triwulan I-IV

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2024

Berdasarkan grafik 2 perkembangan biaya produksi menunjukkan bahwa nilai biaya produksi tertinggi pada pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal adalah Tahu Aci BSR Jaya pada triwulan II sebesar 198,672,000, sedangkan nilai biaya produksi terendah pada Tahu Aci Zahra periode triwulan I sebesar 43,418,000.

b. *Biaya Packaging*

Biaya pengemasan adalah jumlah nominal yang harus kita keluarkan untuk mengganti bahan pengemas tersebut. Berikut hasil perhitungan dari biaya packaging periode Triwulan I-IV Tahun 2023:



Grafik 3

Perkembangan Biaya Packaging Periode Triwulan I-IV

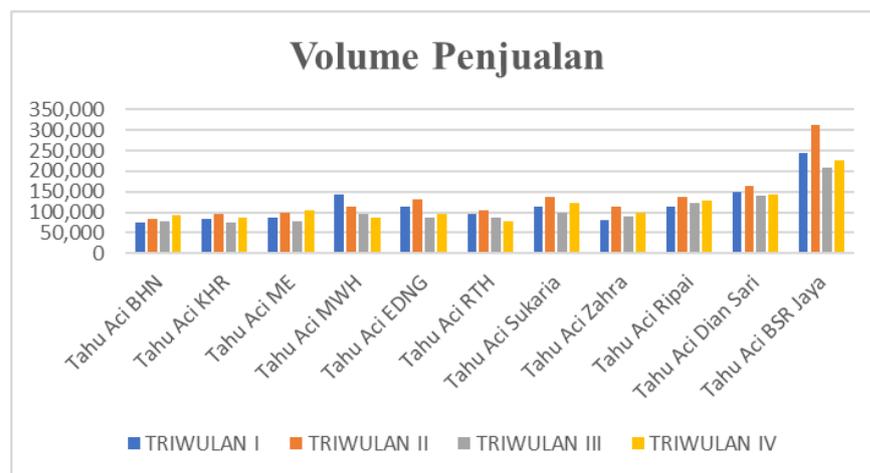
Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2024

Berdasarkan grafik 3 perkembangan biaya produksi menunjukkan bahwa nilai biaya packaging tertinggi pada pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal adalah pedagang Tahu

Aci BSR Jaya pada Triwulan II sebesar 8.157.000, sedangkan nilai biaya produksi terendah pada Tahu Aci Zahra pada triwulan I sebesar 1.607.500.

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. Berikut hasil perhitungan volume penjualan periode Triwulan I-IV Tahun 2023:



Grafik 4

Perkembangan Volume Penjualan Periode Triwulan I-IV

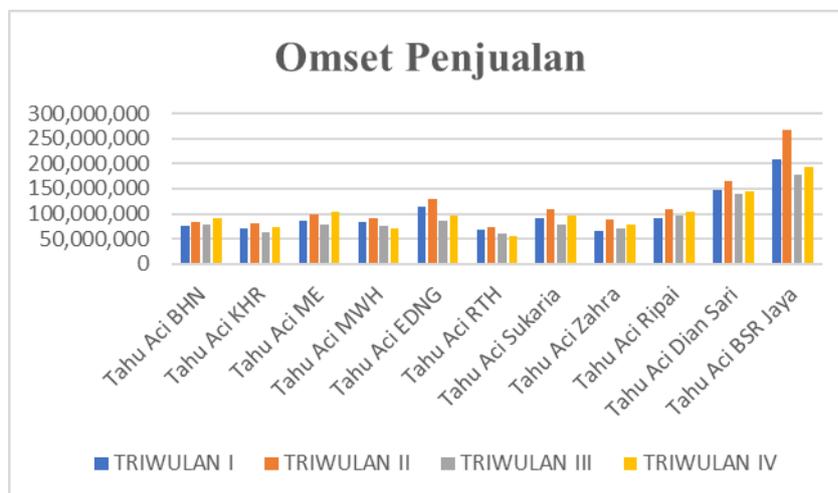
Sumber: Data primer yang diolah tahun 2024

Berdasarkan grafik 4 perkembangan volume penjualan menunjukkan bahwa nilai volume penjualan tertinggi pada pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal adalah Tahu Aci BSR Jaya pada periode Triwulan II sebesar 313.200, sedangkan nilai volume penjualan terendah pada Tahu Aci BHN pada periode

Triwulan I sebesar 75.600 dan Tahu Aci KHR pada periode Triwulan II sebesar 75.600.

#### d. Omset Penjualan

Omset penjualan adalah sejumlah barang yang diterima dari pembeli sebesar jumlah uang yang dibayarkan kepada penjual, sesuai kesepakatan kedua belah pihak. Berikut hasil perhitungan omset penjualan periode Triwulan I-IV Tahun 2023:



Grafik 5

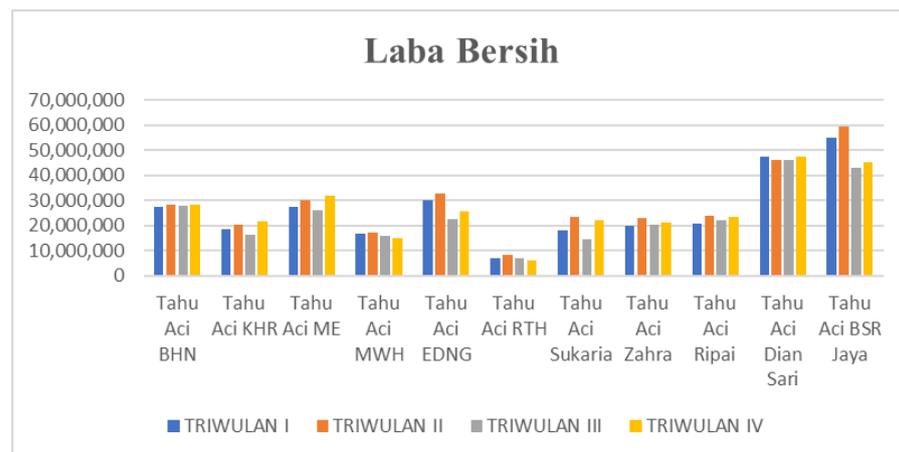
#### Perkembangan Omset Penjualan Periode Triwulan I-IV

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2024

Berdasarkan grafik 5 perkembangan omset penjualan menunjukkan bahwa nilai volume penjualan tertinggi pada pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal adalah Tahu Aci BSR Jaya pada periode Triwulan II sebesar 266.220.000, sedangkan nilai omset penjualan terendah pada Tahu Aci RTH pada periode Triwulan IV sebesar 54.810.000.

### e. Laba Bersih

Laba bersih adalah biaya perusahaan selama periode tertentu, termasuk pajak, dikurangi dari laba. Berikut hasil perhitungan laba bersih Triwulan I-IV Tahun 2023:



Grafik 6

#### Perkembangan Laba Bersih Periode Triwulan I-IV

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2024

Berdasarkan grafik 6 perkembangan laba bersih menunjukkan bahwa nilai laba bersih tertinggi pada pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal adalah Tahu Aci BSR Jaya pada periode Triwulan II sebesar 59.391.000, sedangkan nilai laba bersih terendah pada Tahu Aci RTH pada periode Triwulan IV sebesar 6.255.000.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menentukan apakah dalam variabel residual pada model regresi mempunyai distribusi normal. Hal ini dapat dilihat dengan menganalisis grafik dan uji statistic non-parametik *kolmogrof-smirnof* (K-S). Dasar pengambilan Keputusan K-S yaitu profitabilitas (Asymp. Sig. (2-tailed)) > 0,05.

Tabel 9

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.08705399
Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	.117
	Negative	-.104
Test Statistic		.117
Asymp. Sig. (2-tailed)		.156 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

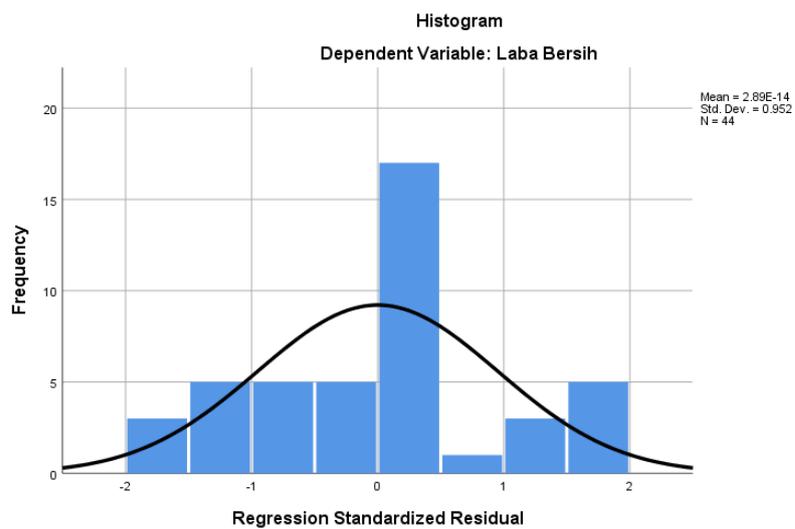
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Output SPSS 26 Tahun 2024

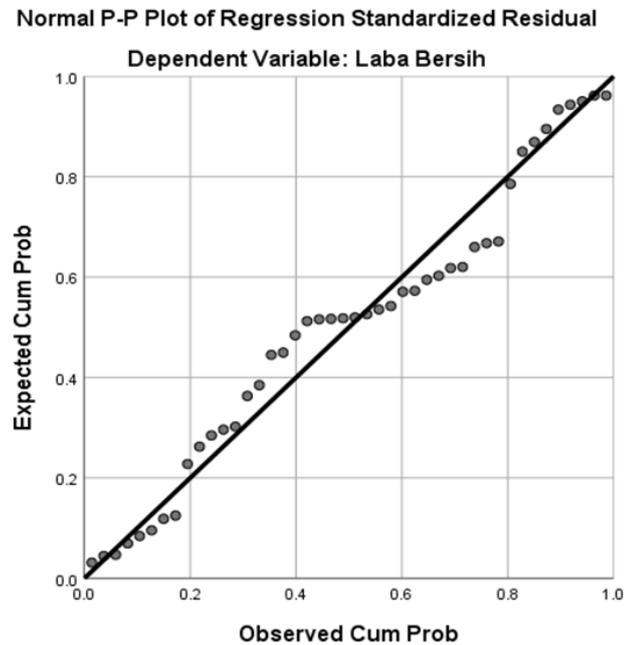
Berdasarkan hasil tabel 10 menunjukkan bahwa dari 44 sampel dengan rata-rata 0,0000000. Hasil uji *kolmogrof-smirnov* menunjukkan bahwa data berdistribusi normal yaitu sebesar 0,117 dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,156 yang artinya lebih besar dari nilai signifikan 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji normalitas dapat juga diketahui dengan melihat grafik histogram dan normal *p-p plot of regression standardized residual* yang membandingkan antara data observasi dengan data distribusi yang mendekati distribusi normal.



Grafik 7  
Grafik Histogram

Berdasarkan grafik 7, dapat diketahui bahwa residual data berdistribusi normal karena pada grafik 7 berbentuk lonceng.



Gambar II  
Normal P-P Plot

Berdasarkan gambar II *normal p-p plot of regression standardized* residual terlihat titik-titik menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa uji normalitas memenuhi syarat.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi telah menemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai  $\text{tolerance} < 0,10$  dan  $\text{VIF} > 10$ .

Tabel 10  
Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Biaya Prouksi	.373	2.682
	Biaya Packaging	.230	4.344
	Volume Penjualan	.266	3.764
	Omset Penjualan	.129	7.764

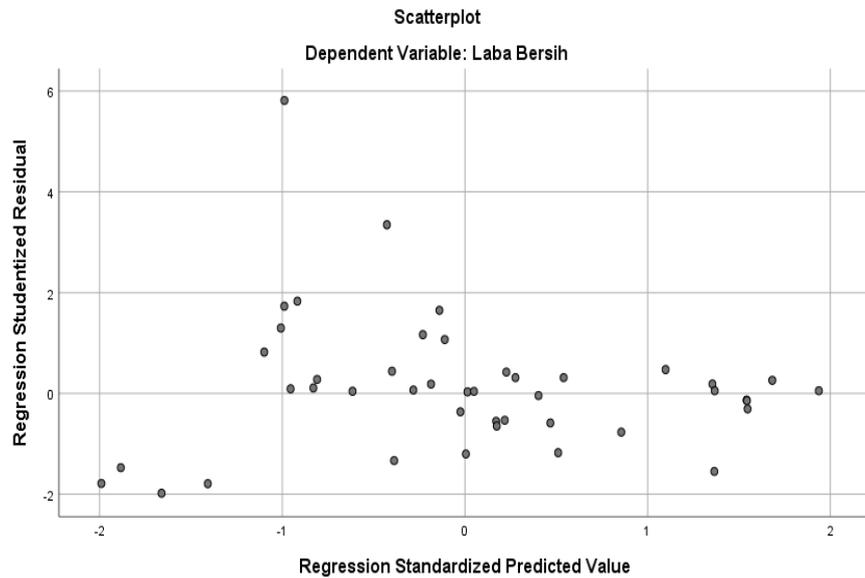
a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: Data Output SPSS 26 Tahun 2024

Dari hasil tabel 11 uji multikolinearitas, dapat dilihat bahwa setiap variabel mempunyai nilai tolerance  $< 0,10$  yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen, sedangkan nilai *variance inflation factor* (VIF) dari masing-masing variabel independen  $> 10$ . Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik yaitu apabila homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar III  
Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Hasil gambar III scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan tidak membentuk pola serta di bawah nilai 0 dan Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Uji heteroskedastisitas juga dapat dilakukan menggunakan uji glejser untuk lebih dapat menjamin hasil yang akurat dengan cara meregresi nilai absolute residual terhadap variabel independen. Berikut hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser:

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 11  
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-3.333	.810	
	Biaya Prduksi	-.178	.142	-.127
	Biaya Packaging	-1.128	.199	-.726
	Volume Penjualan	-.415	.186	-.267
	Omset Penjualan	2.690	.257	1.797

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: Data Output SPSS 26 Tahun 2024

Dari hasil analisis dengan program SPSS versi 26, maka dapat diketahui persamaan regresi dari penelitian ini adalah:

$$Y = -3,333 - 0,178 X_1 - 1,128 X_2 - 0,415 X_3 + 2,690 X_4 + e$$

Analisis persamaan regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta dari hasil persamaan regresi sebesar -3,333 yang artinya jika variabel biaya produksi, biaya packaging, volume penjualan dan omset penjualan meningkat satu satuan, maka besarnya laba bersih akan meningkat sebesar -3,333% dengan anggapan variabel lain tetap atau 0.
- b. Nilai koefisien regresi biaya produksi sebesar -0,178 yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% dari biaya produksi,

maka laba bersih akan mengalami penurunan sebesar  $-0,178\%$  dengan asumsi biaya produksi dan laba bersih dianggap tetap atau konstan.

- c. Nilai konstan regresi biaya *packaging* sebesar  $-1,128$  yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan  $1\%$  dari biaya *packaging*, maka laba bersih akan mengalami penurunan sebesar  $-1,128\%$  dengan asumsi biaya *packaging* dan laba bersih dianggap tetap atau konstan.
- d. Nilai konstan regresi volume penjualan sebesar  $-0,415$  yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan  $1\%$  dari volume penjualan, maka laba bersih akan mengalami penurunan sebesar  $-0,415\%$  dengan asumsi volume penjualan dan laba bersih dianggap tetap atau konstan.
- e. Nilai konstan regresi omset penjualan sebesar  $2,690$  yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan  $1\%$  dari omset penjualan, maka laba bersih akan meningkat sebesar  $2,690\%$  dengan asumsi omset penjualan dan laba bersih dianggap tetap atau konstan.

#### **4. Uji Hipotesis**

##### **a. Uji Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari satu variabel independen secara individual atau parsial dengan menerangkan variabel dependen. Berikut tabel uji t sebagai berikut:

Tabel 12  
 Hasil Uji Parsial (Uji t)  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.333	.810		-4.113	.000
	Biaya Produksi	-.178	.142	-.127	-1.257	.216
	Biaya Packaging	-1.128	.199	-.726	-5.658	.000
	Volume Penjualan	-.415	.186	-.267	-2.235	.031
	Omset Penjualan	2.690	.257	1.797	10.468	.000

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: Data Output SPSS 26 Tahun 2024

Berdasarkan tabel 16 dapat diketahui bahwa:

- a) Biaya Produksi memperoleh nilai t hitung sebesar -1,257 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,216 yang artinya lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada UMKM pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023.
- b) Biaya *Packaging* memperoleh nilai t hitung sebesar -5,658 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa biaya *packaging* berpengaruh terhadap laba bersih pada UMKM pedagang tahu aci

di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023.

- c) Volume Penjualan memperoleh nilai t hitung sebesar -2,235 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,031 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada UMKM pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023.
- d) Omset Penjualan memperoleh nilai t hitung sebesar 10.468 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa omset penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada UMKM pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023.

**b. Uji Simultan (Uji F)**

Uji F bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara simultan atau bersamaan terhadap variabel dependen.

Tabel 13  
Hasil Uji Simultan (Uji F)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.876	4	.469	56.126	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.326	39	.008		
	Total	2.202	43			

a. Dependent Variable: Laba Bersih

b. Predictors: (Constant), Omset Penjualan, Biaya Pproduksi, Volume Penjualan, Biaya Packaging

Sumber: Data Output SPSS 26 Tahun 2024

Dari hasil tabel 17 di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 56.126 dengan nilai signifikan 0,000. Karena nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel biaya produksi, biaya packaging, volume penjualan, dan omset penjualan berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih.

**c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Tabel 14  
Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 <sup>a</sup>	.852	.837	.09141

a. Predictors: (Constant), Omset Penjualan, Biaya Pproduksi, Volume Penjualan, Biaya Packaging

b. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: Data Output SPSS 26 Tahun 2024

Dari hasil perhitungan koefisien determinasi pada tabel 15 dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,837. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel biaya produksi, biaya packaging, volume penjualan dan omset penjualan dalam menerangkan variabel laba bersih sebesar 83,7% dan sisanya 16,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

## C. Pembahasan

### 1. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai koefisien regresi untuk variabel biaya produksi sebesar -0,178 dengan tingkat signifikansi  $0,216 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan penelitian ini menolak hipotesis pertama, yaitu biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Implikasi teoritis dalam penelitian ini yaitu sesuai dengan *Bad Management Theory* yang menyatakan bahwa manajemen yang buruk

sering kali gagal mengelola biaya produksi secara efektif. Hal ini menjadikan hubungan antara biaya produksi dan laba bersih tidak relevan, karena manajemen yang buruk sering kali mengarah pada keputusan yang tidak efisien dan tidak rasional yang merusak kinerja finansial perusahaan (Wahyudi & Kartikasari, 2021). UMKM tersebut mungkin sudah mencapai tingkat efisiensi biaya produksi yang tinggi, sehingga perubahan dalam biaya produksi tidak signifikan memengaruhi laba bersih.

Biaya produksi tidak memengaruhi laba bersih UMKM pedagang tahu aci, hal ini menunjukkan bahwa pedagang dapat mengendalikan perubahan biaya bahan baku tanpa memengaruhi profitabilitas akhir mereka. Implikasi praktis penelitian ini adalah pedagang mengetahui bahwa mereka mungkin memiliki kemampuan untuk mengubah harga jual sesuai dengan perubahan biaya produksi atau bahwa mereka memiliki teknik efektif untuk mengurangi biaya operasional lainnya. Pedagang juga dapat memiliki pelanggan setia yang bersedia membayar harga lebih tinggi, memastikan pendapatan tetap meskipun biaya produksi naik. Dengan fleksibilitas ini, pedagang dapat mengetahui untuk mempertahankan laba bersih yang konsisten, meningkatkan ketahanan usaha mereka terhadap perubahan harga bahan baku, dan menjamin kelangsungan usaha dalam jangka panjang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Wulandari (2020) dan Purwanto (2021) yang menyatakan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Tetapi, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ambarini (2020), Pasaribu & Hasanuh (2021) dan Ammy (2021) yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih.

## **2. Pengaruh Biaya Packaging Terhadap Laba Bersih**

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel biaya packaging berpengaruh terhadap laba bersih. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai koefisien regresi untuk variabel biaya packaging sebesar -1,128 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan penelitian ini menerima hipotesis kedua, yaitu biaya packaging berpengaruh terhadap laba bersih.

Implikasi teoritis penelitian ini sesuai dengan penerapan *agency theory* yang baik dalam pengelolaan biaya packaging dapat meningkatkan laba bersih (Jensen & Meckling, 1976). Keputusan pengemasan yang bijak dan pengawasan yang ketat terhadap biaya packaging sangat penting untuk memastikan efisiensi dan peningkatan penjualan, yang pada akhirnya berpengaruh positif terhadap laba bersih (Sopiah, 2020).

Implikasi praktis dalam penelitian ini terutama dalam hal strategi pemasaran dan pengendalian biaya. Pedagang dapat mencari bahan pengemasan yang lebih hemat biaya tanpa mengorbankan kualitas

dengan memahami bagaimana biaya pengemasan mempengaruhi keuntungan. Untuk mengurangi biaya tambahan dan menjaga margin keuntungan tetap konstan, harga jual dapat diubah. Selain itu, pedagang harus memperhatikan dalam pengemasan yang lebih menarik dan ramah lingkungan. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik produk dan loyalitas pelanggan serta membuka peluang untuk kampanye pemasaran yang menekankan keunggulan pengemasan. Pengoptimalan ini dapat meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan laba bersih.

HPP (Harga Pokok Penjualan) merupakan komponen penting dalam biaya pengemasan pada pedagang tahu aci, karena kemasan yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen (Ariyanti et al., 2018). Misalnya, jika pedagang memilih untuk menggunakan bahan pengemasan yang lebih baik seperti piti (besek) atau wadah plastik vakum yang lebih higienis dan kuat, biaya per unit produk akan meningkat. Maka dapat diartikan jika biaya pengemasan meningkat tanpa menimbangi harga jual, hal ini dapat menurunkan margin keuntungan. Dengan kata lain, setiap kenaikan biaya pengemasan harus dipikirkan dengan teliti agar HPP tidak terlalu membebani dan laba bersih tidak terpengaruh.

### **3. Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih**

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai koefisien regresi untuk variabel volume penjualan

sebesar -0,415 dengan tingkat signifikansi  $0,031 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan penelitian ini menerima hipotesis ketiga, yaitu volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih.

Implikasi teoritis penelitian ini sesuai dengan penerapan *agency theory* yang baik dalam manajemen volume penjualan dapat meningkatkan laba bersih. Strategi pemasaran yang efektif, insentif yang tepat, dan pengawasan yang baik terhadap kinerja penjualan sangat penting untuk meningkatkan volume penjualan sehingga pada akhirnya, meningkatkan laba bersih (Ambarini, 2020).

Implikasi praktis dalam penelitian ini terutama untuk mengawasi strategi penjualan dan efektivitas operasional. Setelah menyadari bahwa peningkatan volume penjualan dapat secara signifikan meningkatkan laba bersih, penjual dapat berkonsentrasi pada taktik yang efektif untuk meningkatkan penjualan, seperti promosi yang lebih agresif, diskon, atau distribusi yang lebih luas untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Selain itu, peningkatan penjualan dapat menghasilkan penghematan skala, di mana produksi dan penjualan tumbuh bersamaan dengan biaya per unit, meningkatkan profitabilitas. Dengan menerapkan hasil ini, pedagang dapat belajar tentang merencanakan produksi yang lebih efisien, mengoptimalkan inventaris, dan menjamin pertumbuhan jangka panjang usaha mereka.

Faktanya para pedagang tahu aci mengalami kenaikan volume penjualan pada saat musim liburan dan lebaran, seperti yang terlihat pada di lampiran 8 terutama di triwulan II. Maka, dapat diartikan jika volume penjualan meningkat, hal ini juga dapat meningkatkan laba bersih. Seharusnya pedagang tahu aci lebih memperhatikan volume penjualan agar selalu meningkat setiap triwulannya. Untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara melakukan strategi yang efektif dan tepat, sehingga dapat meningkatkan laba bersih.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Putri & Yuliandhari (2020), Ambarini (2020), dan Puspitasari & Fatah (2021) yang menyatakan bahwa volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih.

#### **4. Pengaruh Omset Penjualan Terhadap Laba Bersih**

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa variabel omset penjualan berpengaruh terhadap laba bersih. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai koefisien regresi untuk variabel omset penjualan sebesar 2,690 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan penelitian ini menerima hipotesis keempat, yaitu omset penjualan berpengaruh terhadap laba bersih.

Impilkasi teoritis penelitian ini sesuai dengan penerapan *agency theory* yang baik dalam pengelolaan omset penjualan dapat meningkatkan laba bersih (Jensen & Meckling, 1976). Misalnya, agen harus menerapkan strategi yang efektif untuk meningkatkan omset,

seperti promosi yang menarik, peningkatan kualitas produk, dan perluasan pasar.

Impilkasi praktis dalam penelitian ini adalah apabila jumlah penjualan produk meningkat seiring dengan omset penjualan, yang pada gilirannya meningkatkan laba bersih. Laba bersih dapat meningkat secara signifikan jika biaya produksi, distribusi, dan operasional dijaga tetap atau ditingkatkan dengan proporsi lebih rendah dari peningkatan penjualan. Dengan demikian, UMKM dapat melakukan reinvestasi dalam usaha mereka untuk tujuan seperti meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, atau memperkuat strategi pemasaran. Dengan demikian, pertumbuhan berkelanjutan dapat dicapai.

Omset penjualan adalah total pendapatan yang diperoleh dari penjualan tahu aci. Peningkatan omset langsung meningkatkan pendapatan bisnis. Jika biaya tetap dan biaya variabel terkendali, peningkatan pendapatan ini akan langsung berkontribusi pada peningkatan laba bersih. Hal ini sejalan dengan data pada lampiran 9, dimana pedagang tahu aci mengalami peningkatan yang signifikan pada omset penjualan setiap triwulannya. Karena, pedagang tersebut dapat mengendalikan biaya tetap dan biaya variabel dengan tepat, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan dan berdampak juga pada laba bersih yang dihasilkan mereka.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Endaryono (2021) dan Prasetyaningrum et al., (2022) yang menyatakan bahwa omset penjualan berpengaruh terhadap laba bersih.

#### **5. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Packaging, Volume Penjualan dan Omset Penjualan Terhadap Laba Bersih**

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa biaya produksi, biaya packaging, volume penjualan dan omset penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap laba bersih. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji analisis nilai F hitung sebesar 56.126 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan penelitian ini menerima hipotesis keempat, yaitu biaya produksi, biaya packaging, volume penjualan, dan omset penjualan berpengaruh secara bersama-sama terhadap laba bersih.

Secara teoritis, biaya produksi yang efisien dan pengendalian biaya packaging dapat meningkatkan laba bersih UMKM pedagang tahu Aci dengan meningkatkan margin keuntungan mereka. Peningkatan volume dan omset penjualan dapat memberikan skala ekonomi yang lebih baik, yang pada gilirannya dapat mengurangi biaya produksi per unit, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan laba bersih. Namun, pengelolaan biaya produksi dan biaya packaging harus seimbang dengan strategi penetapan harga yang tepat dan pemahaman

pasar untuk memastikan keuntungan yang optimal (Putri & Yuliandhari, 2020).

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai 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 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Biaya Produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada UMKM pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023.
2. Biaya *Packaging* berpengaruh terhadap laba bersih pada UMKM pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023.
3. Volume Penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada UMKM pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023.
4. Omset Penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada 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 pada

UMKM pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal Tahun 2023.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikumpulkan, maka saran yang dapat diambil untuk pertimbangan dalam penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Bagi pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pedagang tahu aci diperlukan adanya kegiatan untuk menekan biaya produksi seminimal mungkin dan menghindari terjadinya pemborosan pada biaya yang terkait dengan biaya produksi untuk mempertahankan atau meningkatkan laba bersih dan meningkatkan kualitas produk agar mampu bersaing dipasaran sehingga dapat meningkatkan volume penjualan secara otomatis akan meningkatkan laba bersih.
2. Bagi pelanggan dapat memastikan membeli tahu aci dari penjual yang sudah terpercaya dan memiliki reputasi baik, untuk menjamin kualitas dan kebersihan produk yang dikonsumsi.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadi referensi dan melakukan kajian lebih lanjut dengan menambahkan jumlah variabel yang diperkirakan mempunyai pengaruh terhadap laba bersih. Serta perlu memperluas objek penelitian dan periode pengamatan sehingga jumlah sampel dan data yang digunakan dalam penelitian semakin banyak.