

**PENGARUH OMZET PENJUALAN, BIAYA PRODUKSI DAN
HARGA JUAL TERHADAP LABA UMKM BIDANG KULINER
DI KECAMATAN BANJARSARI KOTA SURAKARTA**

SKRIPSI



Oleh:

Nuri Tri Etikasari

NIM 19320025

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2024**

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Nuri Tri Etikasari
NIM : 19320025
Program Studi : S1 Akuntansi
Judul : Pengaruh Omzet Penjualan, Biaya Produksi dan Harga
Jual Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner Di
Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta

Disetujui dan disahkan:

Hari : Jumat

Tanggal : 17 Mei 2024

Pembimbing



Era Trianita, S.E., M.Si., M.B.A

NIDN. 0623029402

Mengetahui,



Wakil Ketua STIE Surakarta

Aditya Cahyan, S.M.B., M.M

NIDN. 0606118902

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nuri Tri Etikasari
NIM : 19320025
Program Studi : S1 Akuntansi
Judul : Pengaruh Omzet Penjualan, Biaya Produksi dan Harga
Jual Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner di
Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Akuntansi.

Pada Hari : *Jumat*

Tanggal : *17 Mei 2024*

Tim Penguji

Ketua : Era Trianita Saputra, S.E., M.Si., M.B.A

Anggota : Eko Triyanto S.E., M.M., M.Ak

Tanda Tangan

[Signature]
.....
[Signature]
.....

Mengetahui,



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Omzet Penjualan, Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Laba
UMKM Bidang Kuliner di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta**

tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 17 Mei 2024.

Yang membuat Pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a red revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERAI TEMPEL', and 'CCNULX002343670'.

Nuri Tri Etikasari

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Terus berusaha selalu melakukan yang terbaik”

Persembahan

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Orang Tua tercinta yang telah memberikan nasehat, semangat dan doa yang luar biasa kepada penulis selama ini.
2. Suami dan Anak tersayang yang selalu memberikan dukungan dengan penuh kasih sayang.
3. Saudara, Sahabat dan Teman yang telah memberikan support dan doa.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat sehat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Omzet Penjualan, Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Akuntansi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak selama penulis menyusun skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada.

1. Bapak Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H. selaku Ketua STIE Surakarta
2. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M selaku Wakil Ketua I STIE Surakarta.
3. Ibu Ari Susanti, S.Pt., M.M. selaku Wakil Ketua II STIE Surakarta
4. Ibu Era Trianita Saputra, S.E., M.Si., M.B.A selaku Dosen Pembimbing yang baik dan tulus dalam membimbing penulis
5. Seluruh staff pengajar STIE Surakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis menempuh pendidikan
6. Keluarga dan Saudara yang telah memberikan dukungan dan doa

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Surakarta,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. <i>Signalling Theory</i>	10
2. Teori Pendapatan-Pengeluaran	11
3. Teori Permintaan-Penawaran.....	13
4. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	14
5. Omzet Penjualan	16
6. Biaya Produksi	16
7. Harga Jual	18
8. Laba	19
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis.....	23

1. Hubungan Variabel Omzet penjualan Terhadap Laba.....	24
2. Hubungan Variabel Biaya Produksi Terhadap Laba	25
3. Hubungan Variabel Harga Jual Terhadap Laba.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Objek Penelitian	29
B. Jenis Penelitian	29
C. Tempat dan Waktu Penelitian	29
D. Sumber Data	29
E. Populasi dan Sampel	30
1. Populasi Penelitian.....	30
2. Sampel Penelitian	30
F. Teknik Pengumpulan Data	31
G. Definisi Operasional.....	31
1. Variabel Bebas (<i>Independent/ X</i>).....	31
2. Variabel Terikat (<i>Dependent/ Y</i>)	31
H. Teknik Analisis Data	32
1. Uji Kualitas Data	
a. Uji Validitas	33
b. Uji Reliabilitas	33
2. Uji Asumsi Klasik.....	33
a. Uji Normalitas.....	33
b. Uji Multikolinearitas	33
c. Uji Heteroskedastisitas.....	33
3. Uji Hipotesis dan Analisi Regresi.....	34
a. Analisis Regresi Linier Berganda	34
b. Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	34
c. Uji F (Uji Simultan).....	34
d. Uji t (Uji Parsial).....	34
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	37
B. Identitas Responden (Deskripsi Responden).....	37

1. Lokasi Responden	37
2. Persebaran Responden	37
C. Analisis Data	38
1. Uji Kualitas Data.....	38
2. Uji Asumsi Klasik	40
3. Uji Regresi Linier Berganda	43
4. Uji Hipotesis	45
D. Pembahasan.....	48
1. Pengaruh Omzet Penjualan Terhadap Laba UMKM Kuliner Kecamatan Banjarsari Surakarta	48
2. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba UMKM Kuliner Kecamatan Banjarsari Surakarta	50
3. Pengaruh Harga Jual Terhadap Laba UMKM Kuliner Kecamatan Banjarsari Surakarta	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah Tahun 2018-2022	1
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. Kriteria Kuesioner.....	31
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 5. Data Persebaran Responden Berdasarkan Kelurahan	37
Tabel 6. Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 8. Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 10. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	44
Tabel 11. Hasil Uji T.....	45
Tabel 12. Hasil Uji F (Uji Simultan).....	46
Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	23
Gambar 2. Histogram Uji Normalitas	40
Gambar 3. P-Plot Uji Normalitas	41
Gambar 4. Hasil Uji Heterokedastisitas	43

PENGARUH OMZET PENJUALAN, BIAYA PRODUKSI DAN HARGA JUAL TERHADAP LABA UMKM BIDANG KULINER DI KECAMATAN BANJARSARI KOTA SURAKARTA

Nuri Tri Etikasari, Akutansi, STIE Surakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh omzet penjualan, biaya produksi dan harga jual terhadap laba UMKM bidang kuliner di kecamatan Banjarsari kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah populasi yang ada pada penelitian ini sebanyak 4.955 pelaku UMKM kuliner di Surakarta. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan hasil sebanyak 98 responden. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Uji kualitas data menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan hasil dinyatakan data valid dan reliabel. Uji asumsi klasik yang digunakan menggunakan uji normalitas, multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dengan hasil dinyatakan data terdistribusi normal, serta tidak terjadi multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Hasil uji hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel omzet penjualan, biaya produksi, dan harga jual berpengaruh signifikan terhadap laba. Variabel omzet penjualan dan harga jual memiliki pengaruh yang bernilai positif terhadap laba, sedangkan biaya produksi memiliki pengaruh yang bernilai negatif terhadap laba pada UMKM bidang kuliner di kecamatan Banjarsari.

Kata kunci : omzet penjualan, biaya produksi, harga jual, laba

THE INFLUENCE OF TURNOVER, PRODUCTION COSTS AND SELLING PRICES ON THE PROFIT OF CULINARY UMKM IN BANJARSARI SUB-DISTRICT, SURAKARTA CITY.

Nuri Tri Etikasari, Accounting, STIE Surakarta

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of sales turnover, production costs and selling prices on profits of culinary MSMEs in the Banjarsari sub-district of Surakarta city. This study uses quantitative methods with a total population in this study of 4,955 culinary MSMEs in Surakarta. Determination of the sample using the Slovin formula with the results of 98 respondents. Technical data analysis in this study used data quality tests, classical assumption tests and multiple linear regression tests, and hypothesis testing. The data quality test uses validity and reliability tests with the results declared valid and reliable data. The classic assumption test used uses normality test, multicollinearity, heteroscedasticity test with the results stated that the data is normally distributed, and there is no multicollinearity and heteroscedasticity. The results of this research hypothesis test show that the variables of sales turnover, production costs, and selling prices have a significant effect on profits. Sales turnover and selling price variables have a positive effect on profit, while production costs have a negative effect on profit in culinary sector MSMEs in Banjarsari sub-district.

Keyword : turnover, production cost, selling price, profit

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran penting dalam mengembangkan perekonomian nasional sesuai dengan yang tertulis dalam *Undang-Undang RI nomor 20 tahun 2008* tentang UMKM. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, menyebutkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia per tahun 2022 bahkan sudah menyentuh angka 64 juta. Deputi Lisa (2023) menjelaskan dalam data yang dihimpun oleh Kementerian Koperasi dan UKM menyatakan bahwa kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto nasional sebesar 60,5% dan terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional.

Menurut Badan Pusat Statistik (2023) menyatakan terkait perumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Tengah bahwa terdapat 23 Kabupaten/Kota yang capaian pertumbuhan ekonominya di tahun 2022 melebihi capaian pertumbuhan ekonomi Nasional. Tiga capaian tertinggi pertumbuhan ekonomi Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah yaitu Kabupaten Boyolali sebagai urutan pertama sebesar 6,33%, Kota Surakarta 6,25% dan Kabupaten Grobogan 5,98%. Data UMKM binaan Provinsi Jawa Tengah secara jelasnya dapat dilihat di tabel berikut :

Tabel 1
Data UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah Tahun 2018 – 2022

No	Uraian	2018	2019	2020	2021	2022
1	Jumlah UMKM Binaan	143.738	161.458	167.391	173.431	180.579
2	Penyerapan Tenaga Kerja	1.043.320	1.312.400	1.298.007	1.311.015	1.330.343

Sumber : Dinkop UKM Prov. Jateng, 2022

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kebanyakan berangkat dari industri keluarga dan rumahan yang apabila ingin usahanya berkembang maka

perlu perencanaan produksi yang baik. Melalui pengelolaan UMKM yang baik akan sangat membantu meningkatkan perekonomian rakyat Indonesia. UMKM juga berperan besar dalam penyediaan tenaga kerja dan sumber penghasilan bagi kelompok masyarakat yang berpenghasilan menengah kebawah.

Potensi UMKM di Kota Surakarta sangat begitu besar. Hal ini disampaikan oleh Yulius MA (2022) selaku Deputy Bidang Usaha Mikro Kementerian Koperasi dan UMK (KemenKopUKM) menjelaskan bahwa jumlah UMKM Kota Surakarta mencapai 17.964 unit usaha atau 12,69 persen dari jumlah UMKM Provinsi Jawa Tengah (141.530 unit usaha) yang berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Jawa Tengah. Selain itu berdasarkan data dari Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 12 Tahun 2023 Tentang Rencana Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Tengah Tahun 2023-2026 yang menyatakan bahwa Pemerintah mendukung program pengembangan UMKM seperti dalam proses pengadaan barang/jasa dan pengembangan akses pemasaran bagi produk daerah lewat promosi dan pameran.

Bentuk dukungan Pemerintah terhadap UMKM menurut Sunarno (2023) seperti melalui pengadaan pameran produk unggulan UMKM lewat Pameran Solo ITT Expo 2023 yang digelar di Atrium Solo Grand Mall (SGM) yang berlangsung di bulan Februari 2023. Selain itu Pemerintah Kota Surakarta (2022) untuk meningkatkan perkembangan UMKM yakni pada Februari 2022, Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian (BPSDMP), mengadakan pelatihan di Hotel Harris Surakarta untuk memberikan pengarahan kepada pelaku UMKM supaya memiliki pemahaman dan pengetahuan yang benar terkait dengan pengelolaan keuangan. Pemerintah Kota Surakarta juga membuatkan situs resmi sentra UMKM yang mana melalui situs tersebut dapat dijadikan sebagai media untuk memudahkan masyarakat dalam menemukan produk-produk UMKM. Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surakarta jumlah UMKM yang dibina mengalami peningkatan setiap tahunnya, yaitu sekitar 10 persen/tahun.

UMKM sebagai salah satu penggerak perekonomian rakyat di Indonesia memiliki potensi yang besar hanya saja jika diamati maka terlihat perkembangan UMKM di Indonesia selama ini mengalami pasang dan surut. Agung & Sukmawati (2018) menjelaskan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang buta dengan Akuntansi yang kemudian membuat usahanya tidak bertahan lama. UMKM memiliki keterbatasan baik informasi ataupun pemahaman di bidang usaha. Dalam situs resmi djkn.kemenkeu.go.id oleh Edward UP Nainggolan (2020) sebagai Kakanwil DJKN menyatakan bahwa terdapat beberapa permasalahan struktural UMKM yang perlu diselesaikan yakni kualitas SDM atau pelaku UMKM di bidang manajerial, keuangan dan produksi. Sehingga keterbatasan-keterbatasan tersebut akan berpengaruh dalam mengembangkan UMKM, karena sejatinya UMKM yang tumbuh dari usaha sederhana tentu membutuhkan perencanaan produksi yang baik jika ingin usaha ini dapat maju dan berkembang sehingga UMKM dapat berperan lebih lagi untuk perekonomian nasional.

UMKM bidang kuliner sangat berpotensi di Kota Surakarta, seperti terlihat dalam acara yang digelar oleh Pemerintah Kota Surakarta (2022) Gelaran Solo Great Sale di Benteng Vastenburg Solo pada bulan Oktober 2022 terdapat sebagian besar UMKM yang bergabung adalah di bidang kuliner. Selain itu Yudhistira (2023) selaku Ekonom Institute for Development of Economics dan Finance (Indef) menjelaskan bahwa potensi UMKM Bidang Kuliner di Surakarta diperkirakan akan tumbuh 15% atau lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Berdasarkan data dalam situs resmi Sentra UMKM Surakarta dapat diketahui bahwa jumlah UMKM di Surakarta yang terbanyak adalah bidang kuliner.

Salah satu kecamatan dengan potensi pasar ekonomi bidang kuliner terbesar di Kota Surakarta yakni Kecamatan Banjarsari. Berdasarkan data yang dihimpun Badan Pusat Statistika Kota Surakarta (2023) jumlah PKL mencapai 877 dengan jumlah PKL makanan dan minuman mendominasi sebanyak 518 PKL. Sementara di kecamatan Banjarsari menjadi wilayah dengan persebaran PKL terbanyak yakni 319 PKL. Banjarsari juga merupakan

kecamatan dengan tingkat jumlah penduduk terbanyak di kota Surakarta. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Surakarta dalam hasil sensus pendudukan tahun 2022 menunjukkan bahwa kecamatan Banjarsari memiliki jumlah pendudukan teramai di Surakarta dengan jumlah penduduk sebanyak 187.571 jiwa. Selain itu Kecamatan Banjarsari terdapat banyak tempat yang menjadi pusat kota sebagai tujuan masyarakat dalam berburu kuliner seperti di sekitar Manahan, Lapangan Kota Barat dan sekitaran sepanjang jalan Slamet Riyadi.

UMKM di bidang kuliner sangat menjanjikan karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia maka begitu pula pasarnya pun. Pelaku UMKM bidang kuliner yang peneliti temui mengatakan bahwa manusia akan lebih merasa ringan mengeluarkan uangnya untuk membeli hal yang merupakan bagian dari kebutuhan daripada sebuah hiasan yang tingkat pembeliannya dalam rentang tertentu sedangkan makanan dibutuhkan tiap harinya. Akan tetapi terkadang terdapat sebuah permasalahan mendasar yang secara tidak sadar akan membuat pelaku usaha/ UMKM dapat mengalami kemunduran usaha yakni berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi laba penjualan. Suatu usaha dikatakan berhasil atau mengalami peningkatan apabila pelaku usaha dapat dengan baik memenejemen laba yang dihasilkan.

Kenaikan salah satu bahan baku untuk usaha dapat mempengaruhi laba yang didapatkan pelaku usaha. Pada sebuah berita di media online, Kristianto (2023) seorang pelaku usaha menjelaskan bahwa banyak pelaku usaha kuliner di solo mengeluh dan kelabakan karena kenaikan harga cabai yang terus meningkat. Menurut para pelaku usaha dengan kenaikan harga cabai membuat laba yang didapat bisa menjadi lebih kecil apabila harga jual tidak dinaikan atau ukuran makanan yang dikurangi. Selain itu dalam berita lain yang termuat pada media online rri surakarta (2023), kenaikan harga jual telur ayam di pasar legi surakarta sangat berdampak bagi para pelaku UMKM khususnya penjual makanan. Para pelaku usaha terkadang tidak sadar dengan laba hasil usaha mereka, yang menurutnya laba tetapi karena perhitungan antara biaya produksi,

tenaga dan harga jual yang tidak tepat sehingga menjadikan laba yang didapat terhitung minim atau bahkan rugi.

Menurut Agustiana (2020) salah satu indikator untuk menilai keberhasilan suatu usaha termasuk UMKM ialah sangat ditentukan oleh kemampuan UMKM tersebut dalam mengantisipasi globalisasi. Sebagian besar pelaku UMKM yang peneliti temui menyatakan bahwa keberhasilan usaha bukan hanya sekedar mendapat pembeli, tapi juga perlu menghitung segala hal yang dikorbankan dalam menjual suatu produk UMKM tersebut. Namun adapula ditemui pelaku UMKM yang menyatakan hanya terpaku dengan jumlah uang yang didapat dalam sehari berjualan tanpa memikirkan apakah uang yang didapat sudah menguntungkan atau setimpal atau bahkan merugi. Tentu hal tersebut sesuai dengan yang dinyatakan oleh Edward UP Nainggolan sebagai Kakanwil DJKN terkait permasalahan struktural UMKM yang perlu diselesaikan. Peneliti juga melihat penelitian terdahulu terdapat hasil yang menunjukkan bahwa harga jual dan biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba, sedangkan dalam penelitian lain dinyatakan hasil berpengaruh terhadap laba. Berdasarkan tinjauan beberapa penelitian pengaruh harga jual dan biaya produksi terhadap laba, maka peneliti akan melakukan penelitian terkait untuk mengetahui secara langsung bagaimana pengaruhnya terhadap UMKM bidang kuliner di Surakarta.

Peneliti menjumpai beberapa pelaku UMKM untuk survey awal bermaksud menanyakan 3 faktor dalam UMKM mereka yang paling mempengaruhi laba. Dari 10 pelaku UMKM hasilnya menyebutkan “biaya” sebagai perolehan tertinggi dengan perolehan 10/10. Seluruh pelaku UMKM yang diwawancarai di survey awal semua sepakat bahwa biaya merupakan faktor yang sangat mempengaruhi laba mereka. Jika hal-hal yang dibutuhkan untuk menunjang terciptanya produk mereka semakin rendah maka mereka meyakini akan mendapatkan laba tinggi. Ada saat dimana bahan baku atau hal penunjang kegiatan operasional penjualan mereka naik harga maka itu membuat biaya produksi mereka meningkat, hal ini mempengaruhi tingkat keuntungan yang diperoleh. Pelaku UMKM yang peneliti temui juga

menyatakan tetap memperhatikan kualitas produk tapi juga berusaha menekan biaya yang dikeluarkan untuk penjualan mereka semampunya.

Hasil survey dengan hasil terbanyak kedua yakni “harga jual” dengan perolehan 8/10. Ketika peneliti menanyakan 3 faktor yang paling mempengaruhi laba UMKM maka 8 diantara 10 toko menyebutkan “harga jual” menjadi salah satu diantara 3 faktor yang paling mempengaruhi laba UMKM yang mereka jalankan. Pelaku UMKM menyebutkan bahwa konsumen sensitif terhadap harga terlebih jika saingan dengan produk serupa berada dikawasan yang tak begitu terpaut jauh. Terdapat pelaku UMKM yang memilih menjual harga produknya murah dengan anggapan agar konsumen lebih banyak membeli ditempatnya yang mana tujuannya margin laba yang sedikit namun dengan penjualan yang banyak maka hasil akhirnya akan mendapatkan laba maksimal sesuai harapan. Namun ada pula yang menjual produknya dengan harga sesuai perhitungannya dengan amrgin sesuai ketentuannya tanpa tergoyahkan dengan toko lain yang menawarkan konsumen dengan harga murah. Karena pelaku UMKM ini menganggap bahwa laba yang didapat akan lebih banyak jika dia menjual produknya dengan harga tinggi yang penting sesuai dengan kualitas produknya. Yang bagaimanapun strategi tiap pelaku UMKM tersebut tetap menunjukan kesepakatan bahwa “harga jual” memang berpengaruh terhadap laba UMKM yang mereka jalankan.

Diantara 3 faktor yang ditanyakan peneliti maka yang mendapatkan hasil suara tertinggi selanjutnya yaitu “omzet penjualan” dengan perolehan 6/10. Dimana dari 10 UMKM yang diwawancarai maka 6 dari 10 UMKM menyebutkan “omzet penjualan” masuk dalam 3 faktor yang paling mempengaruhi UMKM yang mereka jalankan. Disebutkan oleh pelaku UMKM tersebut bahwa ketika jualannya laris maka laba yang dia dapatkan saat itu banyak begitu juga jika jualannya sepi maka laba yang didapatkan juga mengecil. Maka dari itu pelaku UMKM selalu berusaha untuk terus meningkatkan omzet penjualannya demi kelangsungan usaha dan mendapatkan laba sebanyak-banyaknya. Karena bagi mereka omzet penjualan adalah nyawa dari usaha mereka. Selagi ada omzet penjualan maka ada

kesempatan untuk mereka memperoleh laba sedangkan jika tidak ada omzet penjualan maka jangankan laba, malah bisa rugi hingga gulung tikar. Jadi kesepakatan para UMKM ini semakin besar omzet penjualannya maka semakin besar pula laba yang didapatkan. Sedangkan dalam wawancara peneliti di survey awal ini juga ada 2 suara yang menyebut “lama jualan” menjadi faktor yang mempengaruhi laba dalam usahanya. Dan adapula yang menyebut “cuaca”, “nama baik”, “kebersihan”, dan “volume produksi” dengan masing-masing perolehan 1 suara. Maka hasil observasi awal peneliti menunjukkan hasil bahwa 3 faktor yang paling mempengaruhi laba yaitu biaya produksi, harga jual, dan omzet penjualan.

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dalam perkembangan dan pembangunan ekonomi negara di Indonesia, apalagi dalam penyediaan lapangan pekerjaan masyarakat. Mengacu pada fenomena yang terjadi yaitu ada beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta yaitu sulitnya meningkatkan laba dan masih banyak yang belum stabil keuntungannya, indikasi pengelolaan keuangannya tidak maksimal. Banyak UMKM yang pencatatan transaksinya masih manual yang mengakibatkan sulitnya dalam memperhitungkan laba.

Dari observasi awal peneliti tentang UMKM bidang kuliner di Surakarta diatas, maka peneliti melihat perlu adanya perhatian khusus mengenai omzet penjualan, biaya produksi dan harga jual guna mengembangkan UMKM dan mencapai laba yang maksimal. Untuk itu peneliti ingin mengangkat penelitian dengan judul : **“Pengaruh Omzet Penjualan, Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah omzet penjualan berpengaruh signifikan Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta?
2. Apakah biaya produksi berpengaruh signifikan Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta?

3. Apakah harga jual berpengaruh signifikan Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh omzet penjualan terhadap laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta.
2. Mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta.
3. Mengetahui pengaruh harga jual terhadap laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini penulis harapkan bermanfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan informasi yang bermanfaat terkait pentingnya omzet penjualan, biaya produksi, dan harga jual khususnya dalam UMKM untuk menetapkan besarnya laba yang hendak dicapai oleh UMKM.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi UMKM

Penelitian ini bisa dijadikan sumber informasi yang berguna bagi UMKM sebagai bahan evaluasi dalam menetapkan tingkat laba yang diinginkan. Penelitian ini diharapkan dapat membantu UMKM dalam menentukan perhitungan omzet penjualan pun sebagai acuan dalam menentukan biaya produksi dan harga jual untuk mencapai laba yang maksimal.

- b. Bagi Pemerintah

Sebagai informasi pemerintah bahwa UMKM ini berpotensi namun memiliki titik lemah yang perlu agar memajukan usaha kecil menengah sehingga imbas baiknya dapat membantu pertumbuhan perekonomian di Negara Indonesia

c. Bagi Peneliti dan Akademis

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai tambahan koleksi perpustakaan yang nantinya dapat bermanfaat untuk penelitian di masa mendatang. Dengan adanya penelitian ini peneliti bisa menyebarkan ilmu yang bermanfaat sebagai media informasi untuk siapapun tak terkecuali yang membutuhkan pengetahuan mengenai omzet penjualan, biaya produksi, dan harga jual terhadap laba.

d. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk pembaca yang ingin mengetahui referensi pengetahuan terkait pengaruh omzet penjualan, biaya produksi, dan harga jual produk terhadap laba UMKM di bidang kuliner.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Signalling Theory*

Teori sinyal adalah salah satu pendekatan penting dalam analisis ekonomi dan manajemen yang digunakan untuk memahami bagaimana informasi yang tidak sempurna mempengaruhi interaksi antara pihak-pihak yang bertransaksi. Teori ini terutama diaplikasikan dalam situasi di mana satu pihak memiliki informasi yang lebih baik daripada pihak lainnya, yang dikenal sebagai asimetri informasi. Teori sinyal dalam konteks bisnis, bisa diterapkan untuk memahami bagaimana perusahaan menggunakan berbagai sinyal untuk mengkomunikasikan kondisi dan kinerja mereka kepada investor, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya

Teori sinyal pertama kali diperkenalkan oleh Michael Spence dalam Utami *et al.* (2022) yakni membahas tentang konteks pasar tenaga kerja. Spence mengusulkan bahwa pendidikan dapat berfungsi sebagai sinyal bagi pemberi kerja tentang produktivitas potensial seorang kandidat, meskipun pendidikan itu sendiri mungkin tidak langsung meningkatkan produktivitas. Teori ini kemudian berkembang dan diaplikasikan dalam berbagai bidang seperti pasar modal, manajemen keuangan, dan pemasaran.

Stephen A. Ross dalam Septiatin (2022) menjelaskan melalui artikelnya "*The Determination of Financial Structure: The Incentive-Signalling Approach*" tentang penerapan teori sinyal dalam konteks keuangan perusahaan. Ross berargumen bahwa struktur modal perusahaan, khususnya pilihan antara utang dan ekuitas, dapat berfungsi sebagai sinyal bagi investor mengenai prospek masa depan perusahaan. Beberapa penelitian di Indonesia juga mengaplikasikan teori sinyal dalam berbagai konteks. Misalnya, penelitian oleh Rochman & Andyani (2023) tentang penggunaan teori sinyal dalam bidang perbankan menunjukkan hasil bahwa teori sinyal tidak selalu sesuai dalam fluktuasi harga saham pada fenomena

resesi 2023. Penelitian lain oleh Nursya'adah (2020) menganalisis kemampuan prediktif laba perusahaan menggunakan pendekatan teori sinyal.

Teori sinyal atau *Signaling Theory* dapat diartikan sebagai kerangka kerja yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu atau entitas menggunakan sinyal untuk mengomunikasikan informasi kepada pihak lain. Teori sinyal dalam akuntansi meneliti bagaimana informasi asimetris antara manajemen dan pemangku kepentingan eksternal (seperti investor, kreditur, dan regulator) dapat diminimalkan melalui penggunaan laporan keuangan dan pengungkapan lainnya. Tujuannya adalah untuk mengomunikasikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya tentang kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Kemudian terkait laporan keuangan dan pengungkapan lainnya teori sinyal dapat berfungsi sebagai sinyal kualitas manajemen dan kesehatan keuangan perusahaan. Sedangkan berkaitan terhadap laba, menyatakan bahwa laba yang dilaporkan perusahaan dapat berfungsi sebagai sinyal kinerja masa depan. Perusahaan dengan prospek yang baik akan lebih cenderung untuk melaporkan laba yang tinggi dan konsisten, karena mereka memiliki keyakinan bahwa kinerja mereka akan tetap stabil atau meningkat.

2. Teori Pendapatan-Pengeluaran

Teori Pendapatan dan Pengeluaran adalah kerangka konseptual yang digunakan dalam ekonomi untuk memahami hubungan antara pendapatan yang diperoleh oleh individu atau masyarakat dan pengeluaran yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Aruan *et al* (2023) menjelaskan bahwa teori ini didasarkan pada ide bahwa pendapatan yang diperoleh oleh individu atau masyarakat digunakan untuk membeli barang dan jasa, serta untuk menabung atau berinvestasi. Pengeluaran ini mencakup konsumsi, investasi, pengeluaran pemerintah, dan net ekspor. Teori ini menekankan pentingnya hubungan siklikal antara pendapatan dan pengeluaran dalam perekonomian masyarakat. Kenaikan pendapatan akan

mendorong peningkatan pengeluaran, yang pada akhirnya akan dapat menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang sehat. Sebaliknya, penurunan pendapatan dapat menyebabkan penurunan pengeluaran dan mengakibatkan terjadinya perlambatan ekonomi masyarakat.

Salah satu konsep kunci dalam teori pendapatan dan pengeluaran adalah konsep multiplikator, yang menggambarkan efek pengganda dari perubahan dalam pengeluaran agregat terhadap pendapatan nasional. Peningkatan pengeluaran dapat menghasilkan efek pengganda yang lebih besar terhadap pendapatan nasional secara keseluruhan. Teori Pendapatan dan Pengeluaran sangat terkait dengan pendekatan Keynesian dalam ekonomi, yang menekankan pentingnya intervensi pemerintah untuk mengatasi siklus bisnis dan mengatur tingkat pengeluaran agregat dalam perekonomian.

Pendekatan Keynesian pada Teori Pendapatan dan Pengeluaran adalah pendekatan yang diperkenalkan oleh ekonom John Maynard Keynes. Pebrianggara *et al* (2021) menjelaskan Pendekatan ini menekankan peran penting intervensi pemerintah dalam mengatur tingkat pengeluaran agregat dalam perekonomian untuk mencapai stabilitas makroekonomi dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Pendekatan Keynes menekankan pentingnya pengeluaran agregat dalam menentukan tingkat pendapatan nasional. Tingkat pendapatan nasional ditentukan oleh jumlah total pengeluaran dalam perekonomian, bukan hanya oleh tingkat tabungan dan investasi seperti yang dijelaskan dalam teori klasik. Hal ini berkaitan dimana peningkatan pengeluaran pemerintah atau investasi swasta dapat menghasilkan peningkatan pendapatan nasional yang lebih besar daripada peningkatan awal dalam pengeluaran tersebut. Ini terjadi karena pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran tambahan tersebut akan terus beredar dalam perekonomian melalui konsumsi dan pengeluaran tambahan. Dalam keseluruhan, Teori Pendapatan dan Pengeluaran memberikan kerangka kerja penting bagi pemahaman tentang hubungan antara pendapatan dan pengeluaran dalam

perekonomian. Ini memainkan peran kunci dalam pembentukan kebijakan ekonomi dan dalam analisis siklus bisnis serta dalam upaya untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

3. Teori Permintaan-Penawaran

Teori Penawaran dan Permintaan adalah kerangka kerja dalam ilmu ekonomi yang menjelaskan interaksi antara penawaran barang dan jasa oleh produsen dengan permintaan dari konsumen. Pada perekonomian adanya suatu permintaan akan suatu barang atau jasa, tidak lepas dari tujuan akan pemenuhan kebutuhan hidup. Permintaan akan suatu barang atau jasa yang diminati dapat mengalami kenaikan dan dapat mengalami penurunan. Alfred Marshall dalam Ilyas (2021) memperkenalkan konsep kurva permintaan, yang menggambarkan hubungan antara harga suatu barang atau jasa dan jumlah yang diminta oleh konsumen pada berbagai tingkat harga. Kurva permintaan biasanya menunjukkan hubungan negatif antara harga dan jumlah yang diminta, sesuai dengan hukum permintaan. Artinya, semakin tinggi harga suatu barang atau jasa, semakin rendah jumlah yang diminta, dan sebaliknya. Hukum ini berdasarkan perilaku konsumen yang umum, yaitu ketika harga suatu barang naik, konsumen cenderung membeli lebih sedikit barang tersebut karena biaya relatifnya lebih tinggi dibandingkan dengan barang lain atau dengan pendapatan yang dimiliki. Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi akan permintaan seperti harga jual barang/jasa, jumlah konsumen, pendapatan konsumen, selera konsumen.

Selain konsep permintaan, dalam ilmu ekonomi juga terdapat konsep penawaran. Marshall dalam Ilyas (2021) juga memperkenalkan konsep elastisitas permintaan, yang mengukur responsivitas jumlah yang diminta terhadap perubahan harga. Marshall menunjukkan bahwa permintaan dapat menjadi elastis (responsif) atau inelastis (tidak responsif) tergantung pada faktor-faktor seperti ketersediaan barang pengganti, kebutuhan dasar, dan proporsi pendapatan yang dihabiskan untuk barang tersebut. Hukum

penawaran ini menjelaskan bahwa hubungan antara harga suatu barang atau jasa dan jumlah yang ditawarkan adalah positif. Artinya, semakin tinggi harga suatu barang atau jasa, semakin banyak jumlah yang ditawarkan, dan sebaliknya. Ketika produsen atau penjual cenderung akan memproduksi lebih banyak barang atau jasa ketika harga meningkat karena mereka dapat memperoleh keuntungan lebih besar dari penjualan barang atau jasa tersebut. Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penawaran antara lain; biaya produksi, harga produk, kemajuan teknologi, peningkatan jumlah produsen, dan persediaan sarana produksi.

Hukum Permintaan dan Penawaran saling berhubungan dalam menentukan harga dan kuantitas yang beredar di pasar. Hisyam & Widiawanti (2024) menjelaskan bahwa ketika harga pasar naik, jumlah yang ditawarkan cenderung meningkat karena produsen lebih tertarik untuk memproduksi lebih banyak barang atau jasa, sementara jumlah yang diminta cenderung menurun karena konsumen lebih berhati-hati dalam pembelian. Ketika harga pasar turun, jumlah yang ditawarkan cenderung menurun karena produsen kurang tertarik untuk memproduksi barang atau jasa tersebut, sementara jumlah yang diminta cenderung meningkat karena konsumen lebih mungkin untuk membeli lebih banyak barang atau jasa dengan harga yang lebih rendah.

4. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia memiliki peran yang besar dalam pertumbuhan ekonomi negara yang kegiatan UMKM ini pun telah diatur dalam Undang-undang. Secara jelasnya definisi UMKM di Indonesia sudah tertuang dalam UU No. 20 Tahun 2008 Bab 1 Pasal 1 yaitu:

- a) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan

merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

- c) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Kriteria dalam mendefinisikan UMKM di Indonesia diatur dalam Undang-undang tersebut yakni berdasarkan hasil penjualan tahunan atau nilai kekayaan bersih. Dalam Undang-undang UMKM 2008 juga dijelaskan yang dimaksud dengan “kekayaan bersih” adalah hasil dari nilai kekayaan usaha dikurangi dengan total nilai kewajiban dan tidak termasuk tanah serta bangunan tempat usaha. Sedangkan yang dimaksud dengan “hasil penjualan tahunan” adalah hasil penjualan netto usahanya dalam satu tahun buku. Berikut kriteria lengkapnya menurut Undang-undang:

- a) Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
- b) Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2,5 milyar dan.
- c) Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan diatas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

5. Omzet penjualan

Omzet penjualan merupakan sumber hidup suatu usaha karena penjualan adalah bagian yang sangat penting dan menentukan bagi sebuah usaha dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba demi kelangsungan hidup usahanya. Omzet penjualan berasal dari bahasa belanda yang artinya jumlah total penjualan dari sebuah perusahaan dalam periode tertentu dan terdiri dari dua komponen, harga dan kuantitas dijual. Sedangkan definisi omzet penjualan menurut KBBI merupakan jumlah uang hasil penjualan barang dagangan tertentu dalam suatu masa jual. Definisi omzet penjualan menurut Susanto *et al.* (2023) merupakan keseluruhan jumlah pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa Omzet penjualan merupakan total keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa yang dijual dari sebuah usaha dalam periode tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.

Menurut Wahyuni *et al.* (2021) berdasarkan praktek maka omzet penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu; kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, serta faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, yang sering mempengaruhi penjualan.

UMKM harus terus berusaha membuat strategi agar dapat menciptakan penjualan yang lebih baik kedepannya. Maka dari itu, UMKM membutuhkan strategi pemasaran yang efektif untuk memenangkan persaingan pasar dan menarik para pelanggan untuk membeli jualannya sehingga omzet penjualan produk pun meningkat sesuai yang diharapkan.

6. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan bagian yang sangat penting dalam sebuah usaha agar bisa mengetahui pengeluaran apa saja yang dibutuhkan dalam proses penjualan sebuah produk ke konsumen. Menurut Fadilah & Lubis (2020), biaya produksi merupakan seluruh biaya yang terjadi untuk

mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang siap dijual. Sedangkan menurut Mangintiu *et al.* (2020) biaya produksi merupakan total biaya yang berhubungan dengan proses pembuatan barang dan penyediaan jasa. Semakin tinggi biaya produksi maka akan mengurangi jumlah pendapatan yang didapat. Maka dari itu sangat penting menggunakan biaya dengan meminimalkan pengeluaran seefisien dan seefektif mungkin guna menghindari pemborosan dan penyalahgunaan Mandela & Rachman (2022). Jika biaya yang dikeluarkan sedikit maka akan semakin besar kemungkinan untuk mendapatkan laba yang besar.

Biaya produksi juga memiliki beberapa jenis yang mana klasifikasi biaya produksi dalam sebuah usaha ini agar dapat mengetahui jumlah biaya yang harus dikeluarkan selama proses menyiapkan barang ataupun jasa hingga sampai ke konsumen. Beberapa jenis biaya produksi yaitu:

- a) Biaya Tetap (*Fixed Cost*), merupakan biaya yang dikeluarkan pada periode tertentu dengan jumlah yang tetap sehingga biaya ini tidak tergantung pada hasil produksi. Contohnya sewa gedung, berapapun hasil yang mampu diproduksi oleh sebuah umkm maka biaya untuk menyewa gedungnya tetap.
- b) Biaya Variabel (*Variable Cost*), merupakan biaya yang dikeluarkan biaya yang besarnya dapat berubah-ubah tergantung dengan hasil produksi. Jadi semakin besar produk yang mampu dihasilkan akan semakin besar pula biaya variabelnya. Contohnya biaya bahan baku.
- c) Biaya Total (*Total Cost*), merupakan biaya yang dikeluarkan total seluruh biaya tetap dan biaya variabel yang digunakan suatu perusahaan untuk menghasilkan barang jadi dalam satu periode.
- d) Biaya Rata-Rata (*Average Cost*), merupakan besarnya biaya produksi per unit.
- e) Biaya Marjinal (*Marginal Cost*), merupakan biaya tambahan yang dibutuhkan untuk menghasilkan satu barang jadi. Contohnya saat dilakukan perluasan produksi guna menambah jumlah barang yang dihasilkan.

Menurut Charles T. Horngren, unsur-unsur biaya produksi adalah sebagai berikut:

a) Biaya Bahan Baku Langsung (*Direct Material*)

Biaya dari bahan yang secara langsung dipakai untuk memproduksi hingga menjadi barang jadi yang siap diperjual-belikan.

b) Biaya Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labour*)

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar semua tenaga kerja yang diberdayakan dalam menangani kegiatan produksi secara langsung.

c) Biaya Overhead Pabrik (*Factory Overhead*)

Biaya yang dikeluarkan untuk semua biaya manufaktur yang tidak ditelusuri secara langsung ke output tertentu. Berikut elemen biaya overhead pabrik:

- 1) Biaya tenaga kerja tidak langsung
- 2) Biaya bahan baku tidak langsung
- 3) Biaya air dan listrik pabrik
- 4) Biaya asuransi pabrik
- 5) Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin
- 6) Biaya depresiasi dan amortisasi aktiva tetap
- 7) Biaya overhead lain-lain

Penghitungan biaya overhead membantu sebuah usaha untuk mengawasi biaya yang dikeluarkan sehingga jika terlihat biaya overhead yang jumlahnya terlalu besar ketimbang biaya lain bisa dilakukan penyesuaian untuk mengontrol pengeluaran.

7. Harga Jual

Harga merupakan salah satu elemen yang penting dalam usaha dalam menentukan pangsa pasar dan juga laba suatu umkm. Menurut Fatimdimanaah *et al.* (2020) menyatakan bahwa harga jual merupakan jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha ke pembeli atas barang atau jasa yang dijual. Tingkat harga jual yang ditetapkan akan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Secara tidak langsung harga jual akan

mempengaruhi biaya produksi, karena berkaitan dengan efisiensi produksi. Harga jual menurut Rosita *et al.* (2022) menyatakan besarnya harga yang akan dibebankan ke pembeli yang diperoleh dari biaya produksi ditambah biaya non produksi dan laba yang diharapkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga jual merupakan merupakan nilai yang telah ditentukan pihak penjual yang harus dibayarkan pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang dijualbelikan.

Harga jual mempengaruhi arus keuangan sebuah usaha karena harga jual ini mampu menentukan posisi merek sebuah produk. Karena hal tersebut harga menjadi suatu ukuran atau standar mengenai mutu produk sehingga pembeli mengalami kesulitan dalam mengkritisi produk yang kompleks. Maka untuk mendapatkan laba sesuai yang diharapkan maka sebuah usaha harus menentukan harga jual yang tepat dengan kualitas produk agar dapat menarik minat pangsanya.

Menurut Andari & Ananda (2023) Harga jual memiliki peran dalam penentuan pembelian pelanggan, maka dari itu sebelum menetapkan harga alangkah baiknya perusahaan mempertimbangkan opsi sebagai referensi atas harga suatu produknya. Markup harga harus sesuai dengan nilai yang diberikan dan dipahami oleh pelanggannya karena jika harga terlalu lebih tinggi dari nilai yang ditawarkan maka usaha tersebut bisa berisiko kehilangan mendapatkan laba. Demikian juga jika harganya terlalu rendah dari nilai yang ditawarkan maka usaha berisiko rugi. Maka penetapan harga jual sebuah produk dalam usaha ini menjadi kunci dalam persaingan pasar.

8. Laba

Kinerja baik suatu perusahaan dapat dinilai dari mengukur perbandingan antara laba yang dihasilkan dengan biaya yang dikeluarkan perusahaan tersebut. Laba ibarat nilai rapor sebuah usaha. Indikator keberhasilan sebuah usaha dapat diukur dengan melihat bagaimana kondisi keuangan apakah memperoleh laba atau sebaliknya karena tidak dapat dipungkiri bahwa laba sangat berpengaruh terhadap jalannya aktivitas

sebuah usaha. Laba menjadi tujuan sebuah usaha yakni memperoleh laba yang sebesar-besarnya baik dalam jangka pendek ataupun jangka panjang karena dengan adanya laba maka sebuah usaha dapat melangsungkan kegiatan dan memperluas usahanya.

Menurut Sumarwati & Rachman (2019) menyatakan bahwa laba merupakan selisih antara pendapatan dengan beban perusahaan selama periode tertentu”. Sedangkan menurut Oktapianus dan Mu’arif (2022), laba adalah selisih antara pendapatan yang dihasilkan korporasi melalui transaksinya pada periode tertentu dan biaya yang dibutuhkan untuk mendapatkan pendapatan tersebut”. Maka dapat disimpulkan bahwa laba merupakan dari hasil penjualan setelah dikurangi oleh semua biaya.

Keuntungan dalam penggunaan laba di pelaporan keuangan menurut Muhajir (2020) sebagai berikut :

- a) Untuk menetapkan jumlah pajak dalam perhitungan pajak
- b) Untuk menentukan dividen yang dibayar ke pemegang saham dan yang disimpan dalam usaha
- c) Untuk mengarahkan pilihan keuangan
- d) Sebagai dasar perkiraan laba masa depan
- e) Sebagai dasar menghitung dan menilai efisiensi
- f) Menilai pencapaian ataupun kemampuan usaha

Menurut Sumarwati & Rachman (2019) Faktor-faktor yang mempengaruhi laba yaitu biaya, harga jual, dan omzet penjualan. Jika biaya yang dikeluarkan dalam sebuah usaha mengalami peningkatan sedangkan omzet penjualannya tidak meningkat, maka laba akan mengalami penurunan. Maka perlu kehati-hatian dalam menghitung biaya agar peningkatan biaya bisa menjadi upaya meningkatkan pula pendapatannya karena semakin banyak omzet penjualan maka laba akan meningkat. Disisi lain harga jual juga mempengaruhi laba hanya saja dalam pelaksanaannya di lapangan dalam menentukan harga jual itu harus benar-benar menghitung juga karena peningkatan harga jual per unit bisa jadi menurunkan laba jika konsumen sensitif terhadap kenaikan harga jual. Jika

konsumen mengurangi jumlah pembeliannya maka akan berefek pada penurunan omzet penjualan sehingga laba perusahaan pun juga akan mengalami penurunan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini berdasarkan pada penelitian-penelitian yang telah dilakukan. Dalam jurnal hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Febrianto *et al.* (2020), kemudian penelitian oleh Williem *et al.* (2022), dan juga oleh Sitanggang *et al.* (2023) menjelaskan bahwa omzet penjualan memiliki berpengaruh terhadap laba.

Dalam jurnal hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Indah dan Dumadi (2022) dengan judul “Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Omzet penjualan, Studi Kasus PT. Sandana Istana Multigas” dan jurnal oleh Seftianty & Nugroho (2020) dengan judul “Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Laba Bersih Studi Kasus Pada Bursa Efek Indonesia” menunjukkan bahwa ternyata nilai harga jual tidak berpengaruh terhadap laba. Sedangkan dalam penelitian lain, yaitu jurnal yang telah dilakukan Amanah & Harahap (2019), penelitian oleh Satriani & Kusuma (2020), kemudian penelitian Williem *et al.* (2022) dan Sitanggang *et al.* (2023) memberikan hasil bahwa harga jual berpengaruh terhadap laba.

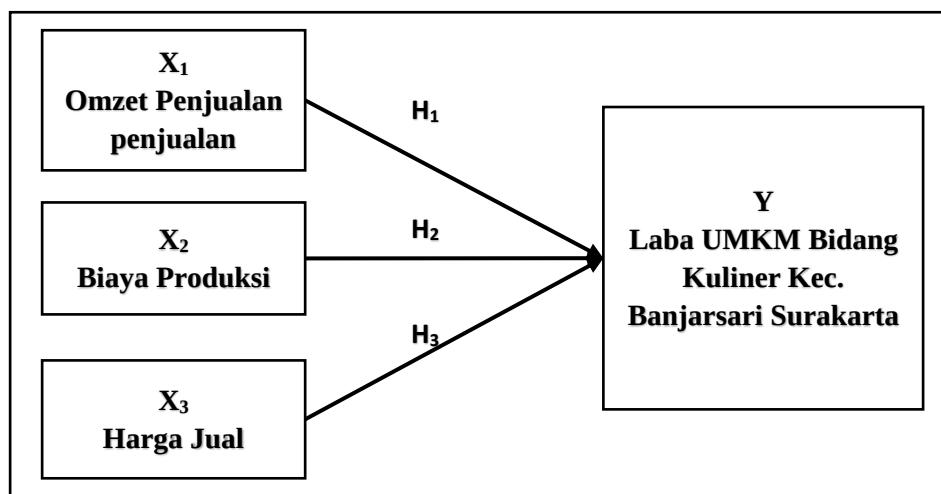
Penelitian yang dilakukan oleh Maesaroh (2020), dengan judul “Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Laba Pada UMKM Pembuatan Dandang Barokah Jaya di Dusun Kesambi Porong Sidoarjo” menjelaskan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba. Sedangkan pada penelitian yang lain oleh Williem *et al.* (2022) dan penelitian Atmadja & Jannah (2021), kemudian ditahun berikutnya penelitian oleh Purwanto (2021) dan Maesaroh (2020) menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan terhadap skripsi ini telah peneliti buat dalam tabel terstruktur dibawah ini:

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel X	Varia bel Y	Hasil Penelitian
Willie m <i>et al.</i> (2022)	Pengaruh Modal Kerja, Omzet penjualan, dan Jam Operasional Terhadap Laba (Studi Kasus Pada UMKM Usaha Rumah Makan Mitra <i>GoFood</i> di Kabupaten Sukoharjo)	1.Modal 2.Omzet penjualan 3.Jam operasional	Laba	1. Modal kerja mempengaruhi laba 2. Omzet penjualan mempengaruhi laba 3. Jam Operasional Terhadap Laba
Sitanggang <i>et al.</i> (2023)	Pengaruh Perputaran Modal Kerja dan Omzet penjualan Terhadap Laba Usaha Pada UMKM Saesnack Wangkong Kabupaten Karawang Tahun 2020 – 2022	1.Modal 2.Omzet penjualan	Laba	1. Modal kerja mempengaruhi laba 2. Omzet penjualan mempengaruhi laba
Febrianto <i>et al.</i> (2020)	Pengaruh Omzet penjualan Terhadap Laba Sebelum Pajak Umkm Pada Kios Rista Cell Periode 2017-2019	Omzet penjualan	Laba	Omzet penjualan Mempengaruhi laba
Atmadja & Jannah (2021)	Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Laba Pada Umkm Pembuatan Jenang Dodol Kelapa Muda Di Dusun Denanyar, Jombang, Jawa Timur	1.Biaya Produksi 2.Harga jual	Laba	1. Biaya produksi mempengaruhi laba 2. Harga jual mempengaruhi laba
Maesaroh (2020)	Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Laba Pada Umkm Pembuatan Dandang Barokah Jaya Di Dusun Kesambi Porong Sidoarjo	1.Biaya Produksi 2.Harga Jual	Laba	1. Biaya produksi tidak mempengaruhi laba 2. Harga jual mempengaruhi laba

C . Kerangka Pikir

Pada umumnya sebuah usaha didirikan dengan tujuan mendapatkan laba yang maksimal. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi banyaknya laba dalam sebuah usaha. Diantara faktor yang mempengaruhi laba yakni omzet penjualan, biaya produksi dan harga jual. Berdasarkan landasan teori yang telah penulis uraikan, maka kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian:

1. Hipotesis 1

Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara Omzet penjualan Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta.

2. Hipotesis 2

Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara Biaya Produksi Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta.

3. Hipotesis 3

Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga Jual Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang kebenarannya perlu diteliti dan teruji secara empiris. Berdasarkan uraian diatas

maka hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini yaitu, secara parsial omzet penjualan, biaya produksi dan harga jual berpengaruh terhadap laba UMKM bidang kuliner di kecamatan Banjarsari kota Surakarta. Adapun hipotesis keterkaitan antara variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Hubungan Variabel Omzet penjualan Terhadap Laba

Omzet penjualan merupakan satu diantara faktor utama yang mempengaruhi pendapatan perusahaan. Tinggi rendahnya omzet penjualan yang didapat selain dari modal juga dipengaruhi oleh seberapa baiknya kemampuan perusahaan dalam pemasaran produknya. Perusahaan harus mampu melakukan strategi pemasaran yang baik dalam rangka mendorong penjualan supaya tinggi. Penjualan yang tinggi nantinya akan dapat berdampak linier pada laba yang dihasilkan. Penelitian terdahulu terkait pengaruh variabel omzet penjualan terhadap laba telah dilakukan Febrianto *et al.* (2020) dan Williemi *et al.* (2022). Di tahun berikutnya Sitanggang *et al.* (2023) juga melakukan penelitian terkait yang menunjukkan hasil positif atau berpengaruh artinya naik turunnya omzet penjualan mempengaruhi laba, yakni semakin omzet penjualan meningkat maka laba usaha tersebut pun meningkat.

Keterkaitan antara *Signaling Theory* dan pengaruh omzet penjualan terhadap laba adalah bahwa omzet penjualan seringkali digunakan sebagai sinyal oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan kinerja dan prospek mereka kepada pasar. Bagaimana pasar menafsirkan dan merespons sinyal ini dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap kredibilitas dan nilai perusahaan, yang pada gilirannya dapat memengaruhi laba perusahaan.

Teori Pendapatan dan Pengeluaran dalam konteks omzet penjualan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan atau UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam mengelola keuangan dan strategi pemasaran. Teori ini menunjukkan bahwa tingkat pengeluaran konsumen berkaitan langsung dengan pendapatan yang mereka miliki. Semakin tinggi pendapatan konsumen, semakin besar kemungkinan mereka

menghabiskan uangnya untuk membeli barang dan jasa, termasuk produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi ini untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka, seperti menargetkan segmen pasar dengan pendapatan yang lebih tinggi atau menawarkan produk dengan variasi harga yang sesuai dengan berbagai tingkat pendapatan konsumen. Selain itu pada teori permintaan juga menjelaskan bahwa semakin tinggi permintaan terhadap produk atau jasa suatu perusahaan, semakin besar pula omzet penjualan yang dapat dicapai. Jika permintaan meningkat, perusahaan dapat memperoleh lebih banyak pendapatan dari penjualan produk atau jasanya.

Berdasarkan teori dan juga didukung oleh hasil dari penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah pengaruh Omzet penjualan terhadap Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta sebagai berikut:

H1 : Omzet penjualan berpengaruh signifikan Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta

2. Hubungan Variabel Biaya Produksi Terhadap Laba

Biaya produksi merupakan semua pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menciptakan barang yang akan dijual perusahaan tersebut. Biaya produksi sangat menentukan laba karena laba merupakan selisih antara pendapatan dengan biaya. Mengenai variabel omzet penjualan mempengaruhi laba terdapat penelitian terdahulu oleh Williem *et al.* (2022) dan penelitian oleh Atmadja & Jannah (2021) lalu penelitian di tahun berikutnya oleh Maesaroh (2020) yang menunjukkan hasil positif yakni naik turunnya biaya produksi mempengaruhi laba, yakni semakin tinggi biaya produksi maka laba usaha semakin menurun dan semakin rendah biaya produksi maka laba yang didapat akan semakin tinggi.

Signaling Theory berkaitan terhadap pengaruh biaya produksi terhadap laba, memberikan kerangka kerja untuk memahami bagaimana biaya produksi dapat menjadi sinyal yang penting bagi pasar tentang kinerja,

daya saing, dan strategi perusahaan. Bagaimana pasar menafsirkan sinyal ini dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap nilai perusahaan dan akhirnya, dampaknya terhadap laba perusahaan.

Teori Pendapatan dan Pengeluaran membahas hubungan antara pendapatan dan tingkat pengeluaran dalam perekonomian. Jika pendapatan meningkat, perusahaan mungkin akan melihat peningkatan dalam permintaan produk. Perusahaan dapat menggunakan prinsip efisiensi dalam pengeluaran operasional untuk mengontrol dan mengurangi biaya produksi, misalnya dengan meningkatkan efisiensi dalam penggunaan bahan baku, mengoptimalkan proses produksi, atau mengelola inventaris dengan lebih efektif. Selain itu dalam teori permintaan dapat dijelaskan jika permintaan pasar terhadap suatu produk atau jasa dapat mempengaruhi biaya produksi perusahaan. Jika permintaan meningkat secara signifikan, perusahaan mungkin perlu meningkatkan kapasitas produksi mereka untuk memenuhi permintaan tersebut. Hal ini bisa mengakibatkan peningkatan biaya produksi karena perluasan fasilitas, tenaga kerja tambahan, atau investasi dalam teknologi produksi baru. Sedangkan pada teori penawaran apabila terjadi perubahan dalam faktor produksi, seperti harga bahan baku atau upah tenaga kerja, dapat mempengaruhi biaya produksi suatu perusahaan. Jika harga bahan baku naik, misalnya, biaya produksi akan meningkat karena perusahaan harus membayar lebih mahal untuk bahan baku yang dibutuhkan untuk memproduksi barang atau jasa.

Berdasarkan teori dan juga didukung oleh hasil dari penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah pengaruh Biaya Produksi terhadap Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta sebagai berikut:

H2: Biaya produksi berpengaruh signifikan Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta

3. Hubungan Variabel Harga Jual Terhadap Laba

Harga berpengaruh langsung terhadap laba usaha, laba usaha

diperoleh dari pendapatan total dikurangi biaya total. Pendapatan total terdiri dari harga perunit dikalikan kuantitas yang dijual. Tingkat harga yang ditetapkan akan mempengaruhi perputaran barang yang dijual, kuantitas barang yang dijual berpengaruh terhadap biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan pengadaan barang bagi perusahaan dagang dan efisiensi produksi bagi perusahaan manufaktur. Jadi harga berpengaruh terhadap pendapatan total dan biaya total, sehingga pada akhirnya harga berpengaruh terhadap laba usaha. Semakin tinggi harga yang ditawarkan produsen semakin tinggi juga pendapatan yang diperoleh. Mengenai variabel harga jual mempengaruhi laba terdapat penelitian terdahulu oleh Atmadja & Jannah (2021) lalu penelitian di tahun berikutnya oleh Maesaroh (2020) yang menunjukkan hasil positif yakni naik turunnya harga jual mempengaruhi laba.

Keterkaitan antara *Signaling Theory* dan pengaruh harga jual terhadap laba dapat dipahami melalui bagaimana harga jual digunakan sebagai sinyal kepada pasar tentang kualitas, posisi pasar, dan nilai produk atau layanan. Bagaimana perusahaan menetapkan harga jualnya dapat mempengaruhi persepsi pasar dan akhirnya, dampaknya terhadap laba perusahaan.

Teori Permintaan dan Penawaran memiliki dampak signifikan terhadap harga jual produk suatu perusahaan. Permintaan pasar merupakan faktor utama yang memengaruhi harga jual produk. Jika permintaan pasar tinggi dan pasokan rendah, perusahaan dapat menetapkan harga jual yang lebih tinggi karena konsumen bersedia membayar lebih untuk produk tersebut. Sebaliknya, jika permintaan rendah dan pasokan tinggi, perusahaan mungkin harus menurunkan harga untuk mendorong penjualan. Penawaran produk juga memainkan peran penting dalam menentukan harga jual. Jika penawaran produk rendah dan permintaan tinggi, perusahaan mungkin dapat menetapkan harga jual yang lebih tinggi karena ketersediaan produk yang terbatas. Namun, jika penawaran tinggi dan permintaan rendah, perusahaan mungkin harus menurunkan harga untuk menarik konsumen.

Berdasarkan teori dan juga didukung oleh hasil dari penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah pengaruh Harga jual terhadap Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta sebagai berikut:

H3: Harga jual berpengaruh signifikan Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan terkait pengaruh omzet penjualan, harga jual, dan biaya produksi terhadap laba pada UMKM kuliner di Surakarta, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Omzet penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba UMKM kuliner di kecamatan Banjarsari kota Surakarta.
2. Biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba UMKM kuliner di kecamatan Banjarsari kota Surakarta.
3. Harga jual berpengaruh signifikan terhadap laba UMKM kuliner di kecamatan Banjarsari kota Surakarta.

B. Saran

1. Bagi pelaku UMKM diharapkan dapat mengontrol biaya produksi dengan bijak agar dapat memaksimalkan omzet penjualan yang didapat. Analisis pasar, memahami nilai produk, dan mempertimbangkan biaya produksi serta target pasar saat menetapkan harga jual akan dapat meningkatkan daya saing usaha. Selain itu perlu diperhatikan juga pengurangan biaya produksi tidak merugikan kualitas produk atau layanan, sehingga tetap dapat memenuhi harapan pelanggan. Dengan pendekatan yang seimbang akan menjadi faktor positif dalam meningkatkan laba UMKM.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih mengembangkan penelitian tidak hanya UMKM kuliner saja, tetapi dapat diperluas untuk sektor UMKM yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Q. M., & Sukmawati, C. E. (2018). Sosialisasi Pencatatan Keuangan Sederhana Pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Era Digitalisasi Pada Desa Kalijati. *Abdima Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 8018–8023.
- Agustiana, H. (2020). Implementasi Digital Marketing dan Keunggulan Bersaing Untuk Mendukung Keberhasilan UMKM di Kota Bandung. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)*, 6(2), 89–99.
- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2019). Loyalitas Konsumen: Implikasi dari Diferensiasi Produk dan Nilai Emosional. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 15–26.
- Andari, S., & Ananda, F. (2023). Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual Usaha Mikro Kecil Menengah Kecamatan Padang Utara. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akutansi*, 2(2), 238–249.
- Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *Parameter*, 6(1), 38–49. <https://doi.org/10.37751/parameter.v6i1.160>
- Aruan, N. I. M., Hutagalung, I., & Purba, B. (2023). Analisis Dampak Teori Keynes Dalam Mengatasi Krisis Ekonomi Melalui Kebijakan Fiskal. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.62017/jimea.v1i1.78>
- Atmadja, S. S., & Jannah, M. (2021). Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Laba Pada Umkm Pembuatan Jenang Dodol Kelapa Muda Di Dusun Denanyar, Jombang, Jawa Timur. *Repository STIE Mahardhika*, 8(75), 147–154.
- Badan Pusat Statistika (BPS) Jateng. (2023). *Triwulan II 2023 Ekonomi Jateng Tumbuh 5,23 Persen, Lampau Nasional*. Jatengprov.Go.Id.
- Badan Pusat Statistika (BPS) Solo. (2023). *Solo Surganya Kuliner, Ragam Makanan Tersedia Siang hingga Malam*. Solopos.
- Bambang, S. (2023). *Solo Investment, Trade and Tourism Expo 2023 di Atrium Solo Grand Mall*. Rri.Co.Id.
- Fadilah, N., & Lubis, H. P. (2020). Analisis Pengendalian Biaya Produksi Untuk Memaksimalkan Laba Produk Olahan Dodol Bengkel. *Jurnal Manajemen Tools*, 21(1), 1–9.
- Fatimdimanaah, N., Kasnelly, S., & Hamid, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Liberika Dalam Perspektif Islam Pada Gerai Umkm Mekar Jaya. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 67–83.

- Febrianto, R., Indrawan, A., & Nurodin, I. (2020). Pengaruh Omzet Penjualan Terhadap Laba Sebelum Pajak UMKM Pada Kios Rista Cell Periode 2017-2019. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(8), 522–530. <https://doi.org/10.46799/jst.v1i8.127>
- Hisyam, M. Z., & Widiawanti, E. (2024). Model Konseptual Dinamika Sistem Untuk Menganalisis Permintaan Dan Penawaran Umkm Jamu Madura. *IKRA-ITH Teknologi Jurnal Sains Dan Teknologi*, 8(2), 33–38. <https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v8i2.3250>
- Ilyas, F. (2021). Analisis Swot Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (Psbb) Dan Pemberlakuan Pembatasan Kebijakan Masyarakat (Ppkm) Terhadap Dampak Ekonomi Di Tengah Upaya Menekan Laju Pandemi Covid-19. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(3), 190. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v6i3.1559>
- Indah, & Dumadi. (2022). Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Omzet Penjualan (Studi Kasus PT. Sandana Istana Multigas). *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 06(02), 1–6.
- Kristianto. (2023). *Cabai Tembus Rp 80 Ribu per Kg, Pedagang Kuliner Solo Tak Naikkan Harga*. Detikjateng.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone OPPO. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1, 128–136.
- Lisa. (2023). *Pentingnya Kewirausahaan Perempuan dan Pemuda Untuk Capai Indonesia Maju 2045*. Kemenko PMK.
- Maesaroh, A. A. (2020). Di Dusun Kesambi Porong Sidoarjo. *Repository STIE Mahardhika*, 1–15.
- Mandela, F. N., & Rachman, A. N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JEMBA)*, 20(1), 105–123.
- Mangintiu, A. C., Ilat, V., & Runtu, T. (2020). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Roti Tawar dalam Penetapan Harga Jual dengan Menggunakan Metode Variabel Costing (Studi Kasus pada Dolphin Donuts Bakery Manado). *Jurnal EMBA (Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi)*, 8(4), 675–682.
- Meliyani, I. G. A. (2021). *Pengaruh Experiential Marketing dan Promosi terhadap Omzet Penjualan Produk Olahan Berbahan Baku Salak pada UMKM Agro Abian Salak Desa Sibetan Karangasem*.
- Muhajir, A. (2020). Modal Kerja, Perputaran Piutang, Persediaan dan Penjualan Terhadap Laba Bersih. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 10(1), 33–44.

<https://doi.org/10.55601/jwem.v10i1.715>

Musa, B., & Rotinsulu, J. (2019). *PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, LOKASI TERHADAP OMZET PENJUALAN TELUR AYAM PADA PT. PANDU PRIMA MANADO*. 7(3), 2701–2710.

Nursya'adah, D. (2020). Analisis Kemampuan Prediktif Laba Kotor, Laba Operasi, Laba Bersih, Arus Kas Operasi, Perubahan Hutang, Perubahan Piutang, Perubahan Persediaan Dan Perubahan Beban Depresiasi Terhadap Arus Kas Operasi Masa Depan. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 120–135. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>

Oktapianus, O., & Mu'arif, S. (2022). Pengaruh Modal Kerja, Perputaran Piutang, Dan Total Hutang Terhadap Laba Bersih. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(3), 552–563. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i3.79>

Pebrianggara, A., Biduri, S., & Prapanca, D. (2021). Pendampingan UMKM Roti Desa Simoketawang Menuju Enterpreneur Digital. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 05(01), 13–16. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/skie/article/view/13206>

Pemerintah Kota Surakarta. (2022). *Rangkaian Event Solo Great Sale 2022*. Surakarta.Go.Id.

Purwanto, E. (2021). Pengaruh Volume Penjualan, Biaya Produksi, Dan Pajak Penghasilan Terhadap Laba Bersih Di Bursa Efek Indonesia. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 10(2), 215–224. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i2.422>

Putra, F. D. (2019). Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 462. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20127>

Rochman, I. Y. A., & Andayani, S. (2023). Teori Sinyal Dalam Anomali Window Dressing 2022 Dan Penurunan Risiko Kredit Macet Pada Subsektor Perbankan : Studi Kasus Isu Resesi. *Akuntansi: Jurnal Riset Ilmu Akuntansi*, 2(3), 109–126.

Rosita, Kusasih, I. A. K. R., Kholis, N., & Susanto, H. (2022). Peningkatan Kualitas Pengelolaan Usaha Dalam Perbaikan Kinerja UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, 3(2), 10–25.

rri surakarta. (2023). *Harga Kedelai Impor di Sejumlah Pasar Tradisional di Kota Solo Naik*. Rri.Co.Id.

Satriani, D., & Kusuma, V. V. (2020). Perhitungan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan terhadap laba penjualan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(2), 438.

- Seftianty, C., & Nugroho, G. W. (2020). Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Pada Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, 1(1), 11–17.
- Septiatin, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah Periode 2016-2020. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 24(1), 80–92. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v24i1.18137>
- Sitanggang, M., Triana, N. N., & Nadeak, T. (2023). Pengaruh Perputaran Modal Kerja dan Omzet Penjualan Terhadap Laba Usaha Pada UMKM Saesnack Wangkong Kabupaten Karawang Tahun 2020 – 2022. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 672(3), 1–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.52643/jam.v13i3.3492>
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.
- Sumarwati, E. D., & Rachman, A. N. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM (Studi Kasus Umkm Perempuan Di Kabupaten Sukoharjo). *Indonusa Conference on Technology and Social Science, November*, 242–250. <http://journal.unas.ac.id/oikonamia/article/view/1124/933>
- Surakarta, P. K. (2022). *Manfaat Tergabung UMKM di Kota Solo*. Surakarta.Go.Id.
- Susanto, D. W., Faridah, & Amirul. (2023). Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada UKM Dapur Julie Depok. *Majalah Ilmiah Warta Dharmawangsa*, 17(1), 182–197. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i1.2932>
- UP, N. E. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Djkn.Kemenkeu.Go.Id.
- Utami, W. I., Khikmah, S. N., & Farida. (2022). Opini Going Concern: Dampak Ukuran Perusahaan, Financial Distress, Reputasi Auditor Dan Opini Audit Tahun Sebelumnya. *Jurnal Ekonomi*, 12(1), 57–68.
- Wahyuni, S., Astuti, D., & Bakhri, B. S. (2021). Pengaruh Label Halal Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Produk Makanan Ringan UMKM di Kota Dumai. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 1(2), 43–47. <https://doi.org/10.51510/bilal.v1i2.205>
- Williem, J., Hendarti, Y., & Prasetyaningrum, N. E. (2022). Pengaruh Modal Kerja , Omzet Penjualan Dan Jam Kerja Operasional Terhadap Laba (Studi Kasus Pada UMKM Usaha Rumah Makan Mitra Go food di Kabupaten Sukoharjo). *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 20(1), 38–46.
- Yudhistira, B. (2023). *Jadi Tumpuan! UMKM Kuliner di Solo Diperkirakan Tumbuh 15 Persen*. Solopos.

Yulius, M. (2022). *Surakarta Disebut Punya Potensi Ekonomi UMKM yang Tinggi, Ini Pesan Deputi Mikro KemenKopUKM*. Kompas.Com.

DAFTAR LAMPIRAN

- 1. Kuesioner Penelitian**
- 2. Tabel Olah Data SPSS**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

No. Responden :

Hal : Permohonan Pengisian Kuisisioner

Kepada

Responden

Dengan hormat,

Bersamaan dengan surat ini, saya :

Nama : Nuri Tri Etikasari

NIM : 19320025

Alamat : Welar RT 02 RW 09, Pandean, Ngemplak, Boyolali

Kampus : STIE Surakarta

Jurusan : S1 Akuntansi

Bersamaan dengan surat ini, saya bermaksud untuk meminta kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi kuisisioner penelitian. Adapun kuisisioner penelitian ini dibuat dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul “Pengaruh Omset, Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Laba UMKM Bidang Kuliner di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta”.

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner. Semua informasi yang diisikan akan dijaga kerahasiaannya. Dengan surat permohonan ini, atas kerjasama dan bantuan yang diberikan saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Nuri Tri Etikasari

KISI-KISI ANGKET KUESIONER

Angket dibuat untuk mengetahui respon dari pelaku UMKM Kuliner di Surakarta terhadap pengaruh modal, biaya promosi, dan harga jual terhadap omzet penjualan pada UMKM Kuliner di Surakarta. Angket dibuat dari beberapa aspek yaitu Modal, Biaya Promosi, Harga Jual, dan Omzet penjualan. Kisi-kisi angket kuesioner adalah sebagai berikut.

No	Variabel	Indikator	No Soal
1.	Omzet penjualan	1. Promosi 2. Kualitas Layanan 3. Saluran Distribusi 4. Produk	1, 2, 3, 4
2.	Biaya Produksi	1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk 3. Daya Saing Harga Perusahaan 4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat	5, 6, 7, 8
3.	Harga Jual	1. Biaya Bahan Baku 2. Biaya Upah 3. Biaya Overhead Pabrik 4. Biaya Pemasaran	9, 10, 11, 12
4.	Laba	1. Omzet penjualan 2. Harga Jual 3. Biaya Produksi 4. Pajak	13, 14, 15, 16

PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

Berikut petunjuk pengisian kuisioner untuk memudahkan pengisian kuisioner :

1. Isi data responden sebelum mengisi kuisioner
2. Bacalah masing-masing pernyataan pada kuisioner
3. Pilih jawaban yang sesuai dengan keadaan UMKM Anda, karena tidak ada jawaban yang salah karena kondisi setiap UMKM berbeda.
4. Jawaban dengan mengisi tanda centang pada pilhan yang dianggap sesuai keadaan UMKM.
5. Keterangan jawaban

Jawaban	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Screening

Pilih salah satu jawaban dari setiap pertanyaan

1. Apakah Anda Owner atau Karyawan yang mengetahui informasi keuangan di UMKM Kecamatan Banjarsari ini?

☐ Ya
☐ Tidak

2. Apakah UMKM yang dijalankan merupakan bidang kuliner?

☐ Ya
☐ Tidak

*) Jika pilihan jawaban “Ya”, maka dapat melanjutkan pengisian kuisioner. Berilah tanda centang pada salah satu alternatif jawaban yang sesuai.

KUESIONER RESPONDEN

A. Identitas Responden

- Nama Responden =
- Nama Usaha =
- Alamat Usaha =
- Usia =
- Jenis Kelamin =
- Omzet penjualan per Bulan = a. < Rp. 2.000.000
b. Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000
b. Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000
c. Rp 10.000.000 – Rp 20.000.000
d. > Rp 20.000.000

B. Petunjuk Pengisian

Setiap pernyataan yang ada, pilihlah satu jawaban yang dianggap paling tepat dan sesuai dengan keadaan yang ada. Alternatif jawaban terdiri atas.

Jawaban	Bobot
SS = Sangat Setuju	5
S = Setuju	4
N = Netral	3
TS = Tidak Setuju	2
STS = Sangat Tidak Setuju	1

DAFTAR PERNYATAAN KUESIONER

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Variabel Omzet penjualan						
1	Anda mempromosikan produknya baik secara langsung maupun lewat sosmed					
2	Anda selalu berusaha memberikan layanan terbaik kepada konsumen					
3	Produk ditawarkan di tempat yang mudah ditempuh konsumen					
4	Produk yang Anda tawarkan memiliki kualitas yang dapat memuaskan konsumen					
Variabel Harga Jual						
5	Harga jual yang Anda tetapkan telah sesuai harga pasar dan kemampuan beli target pasarnya					
6	Anda menentukan harga jual berbanding lurus dengan kualitas produk					
7	Anda menentukan harga jual dengan mempertimbangkan harga jual dari pesaing					
8	Harga yang Anda tawarkan sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen dari produknya					
Variabel Biaya Produksi						
9	Anda berusaha meminimalkan bahan baku namun juga mempertimbangkan kualitas produknya					
10	Anda memberikan biaya upah yang sesuai agar memotivasi pekerja untuk membuat produk yang terbaik					

11	Kami selalu memperhitungkan biaya overhead agar tidak merugikan usaha					
12	Anda membuat alokasi biaya pemasaran untuk mengembangkan pembangunan merek produk yang ditawarkan					
Variabel Laba						
13	Semakin tinggi omzet penjualan maka semakin tinggi pula laba yang diperoleh pengusaha					
14	Anda menentukan harga jual sesuai margin laba yang diharapkan perusahaan					
15	Anda berusaha menekan biaya produksi seminimal mungkin dengan tetap memperhatikan hasil produknya guna mendapatkan laba maximum					
16	Pemotongan pajak berpengaruh banyak terhadap jumlah laba yang diterima					