

Analisis Biaya Operasional, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Kuliner di Sidoarjo

Oleh:

Krisila Arini Hikmah

Dr. Supardi S.E., MM. CSA.CRMP selaku Dosen Pembimbing

Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juli, 2024

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, kita harus memahami bahwa pembangunan ekonomi semakin pesat. Setiap pengusaha berlomba-lomba untuk meningkatkan pendapatan pada usahanya [1]. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM) telah menjadi praktik usaha yang lazim di masyarakat. Sejumlah besar pelaku umkm telah memposisikan sektor bisnis ini sebagai salah satu pendorong utama perekonomian negara. Selain itu, UMKM juga memiliki fungsi strategis dalam kemajuan perekonomian nasional.

FENOMENA : Salah satu permasalahan UMKM di Sidoarjo adalah tidak berkembangnya suatu usaha disidoarjo karena tidak berkembangnya suatu pendapatan dalam UMKM. muncul pertanyaan apakah UMKM disidoarjo tidak menerapkan perhitungan biaya operasional, perbandingan harga pada pelaku UMKM lain dan minimnya kualitas produk yang dimiliki UMKM Sidoarjo [7]

PENDAHULUAN

Biaya Operasional

Biaya operasional, harga dan kualitas produk merupakan aset terpenting dalam sebuah perusahaan untuk meningkatkan suatu pendapatan. Biaya operasional (pengeluaran yang dikeluarkan dalam operasi bisnis) mencakup biaya yang tidak terkait langsung dengan produksi barang atau jasa umkm, melainkan berkaitan dengan fungsi sehari-hari umkm. Biaya operasional merupakan aset keuangan yang bertujuan untuk melestarikan dan menghasilkan pendapatan. Pengeluaran ini bergantung pada operasi umkm, yang berarti bahwa seiring dengan meningkatnya tingkat aktivitas, demikian juga biaya operasional. Mengingat bahwa biaya operasional secara intrinsik terkait dengan operasi umkm, tidak mungkin untuk mengisolasi tekad mereka dari fungsi perusahaan secara keseluruhan [8].

Harga

Keputusan konsumen dalam memilih produk atau layanan bergantung pada harga, karena harga disesuaikan untuk memenuhi preferensi konsumen. Harga merupakan aspek penting yang dinilai konsumen, sehingga mengharuskan perusahaan untuk memiliki pemahaman komprehensif tentang dampaknya terhadap sikap konsumen [9].

PENDAHULUAN

Kualitas Produk

Kualitas suatu produk adalah gabungan dari atribut dan sifat yang memastikan sejauh mana hasil akhir dapat memenuhi prasyarat persyaratan pelanggan atau mengevaluasi sejauh mana karakter dan sifat memenuhi persyaratan mereka. Kualitas produk mencakup delapan faktor, khususnya Kinerja, Ketangguhan (daya tahan), Kesesuaian terhadap detail (kesesuaian dengan spesifikasi), Sorotan (fitur), Kualitas tak tergoyahkan (keandalan), Estetika (estetika), Kualitas Terlihat (kualitas), kesan dan Kemudahan Servis (kemampuan layanan).[10].

Peningkatan Pendapatan

Peningkatan pendapatan merupakan bagian yang sangat penting dalam pengelolaan keuangan bisnis, karena dalam menjalankan bisnis Perusahaan pasti ingin mengetahui besarnya pendapatan atau laba yang diperoleh di suatu periode tertentu yang diakui sesuai dengan prinsip yang berlaku umum. Pendapatan merupakan hasil penjualan suatu barang atau jasa (income) dapat diperoleh dengan mengolah barang dengan modal dan tenaga kerja bekerja pada perusahaan tersebut selama satu tahun atau jangka waktu tertentu [11].

RESEARCH GAP

Sebelumnya telah dilakukan penelitian pengaruh biaya operasional, harga, dan kualitas produk.

Pada penelitian yang dilakukan oleh [12] menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan pada suatu perusahaan.

Kemudian dalam penelitian [13] kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan.

Akan tetapi pada penelitian diatas berfokus menggunakan dua variabel dan dilakukan pada lokasi atau objek yang berbeda. Berdasarkan penelitin tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian menggunakan tiga variabel yakni dengan penambahan variabel biaya operasional dibandingkan penelitian terdahulu. Maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian tiga variabel yang berjudul “Analisis Biaya Operasional, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Kuliner di Sidoarjo”.

RESEARCH QUESTION



Rumusan Masalah



Tujuan Penelitian



Kategori SDGs

1. Apakah biaya operasional berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kuliner di Sidoarjo
2. Apakah harga berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kuliner di Sidoarjo
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kuliner di Sidoarjo

1. Untuk menganalisis dan melakukan uji biaya operasional terhadap peningkatan pendapatan
2. Untuk menganalisis dan melakukan uji harga terhadap peningkatan pendapatan
3. Untuk menganalisis dan melakukan uji kualitas produk terhadap peningkatan pendapatan

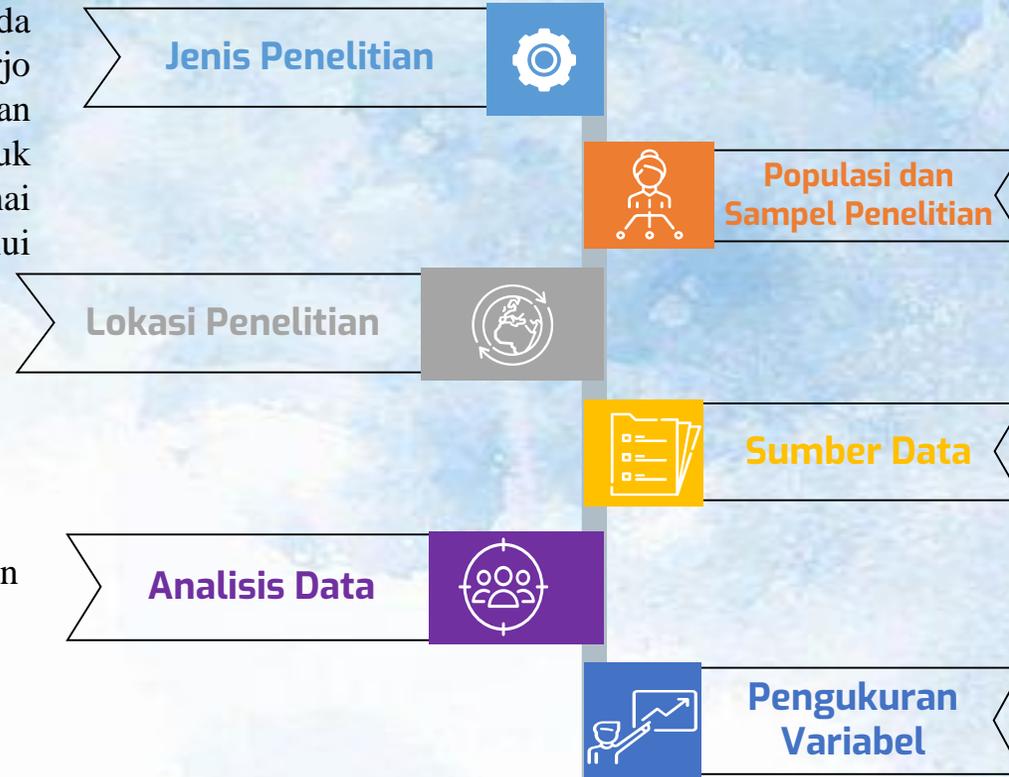
Penelitian ini termasuk dalam kategori ke 8 dari ke 17 kategori SDGs (Sustainable development goals) yakni mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan inklusif dan berkelanjutan, serta menciptakan pekerjaan layak dan produktif bagi semua.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis data kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada pelaku usaha UMKM Kuliner di Sidoarjo yang menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis [26].

UMKM Kuliner di Sidoarjo

PLS (*Partial Least Squares*) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS.



Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pelaku UMKM Kuliner di Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dan teknik incidental sampling.

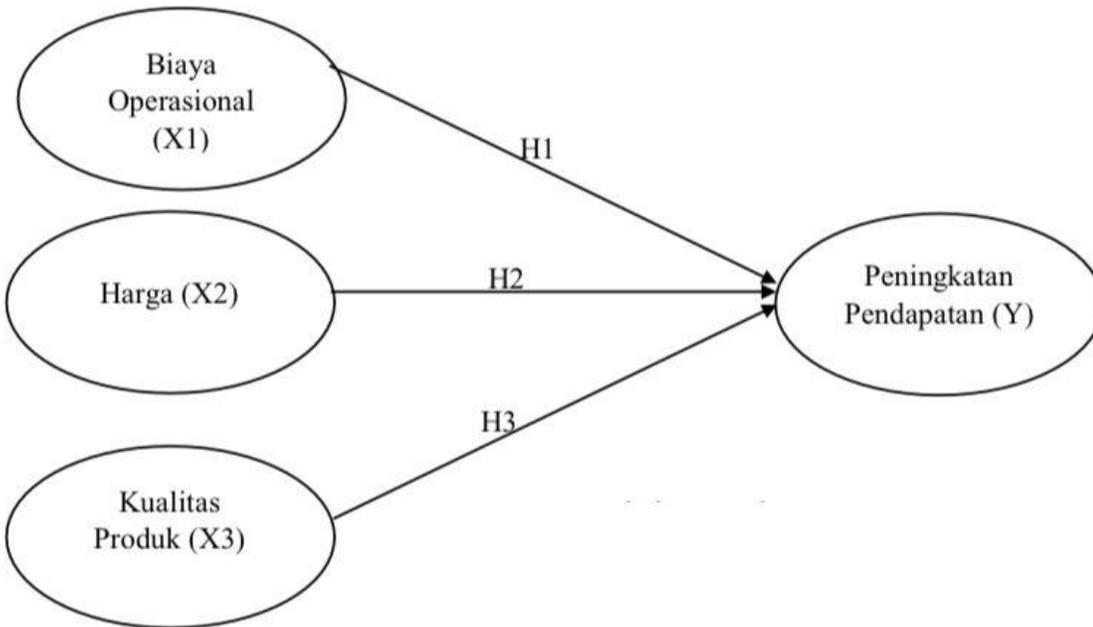
Sumber data primer didapat dari hasil pengumpulan data sendiri dengan menggunakan metode kuisisioner (angket) dan data sekunder data yang diperoleh dengan cara membaca, mencatat, mempelajari buku, jurnal hingga sumber-sumber data

Setiap item kuisisioner pada setiap variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala Likert 5 poin, dengan nilai-nilai sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju,
- 2 = Tidak Setuju,
- 3 = Netral,
- 4 = Setuju, dan
- 5 = Sangat Setuju

KERANGKA KONSEPTUAL

Hipotesis



Berdasarkan kerangka konseptual, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

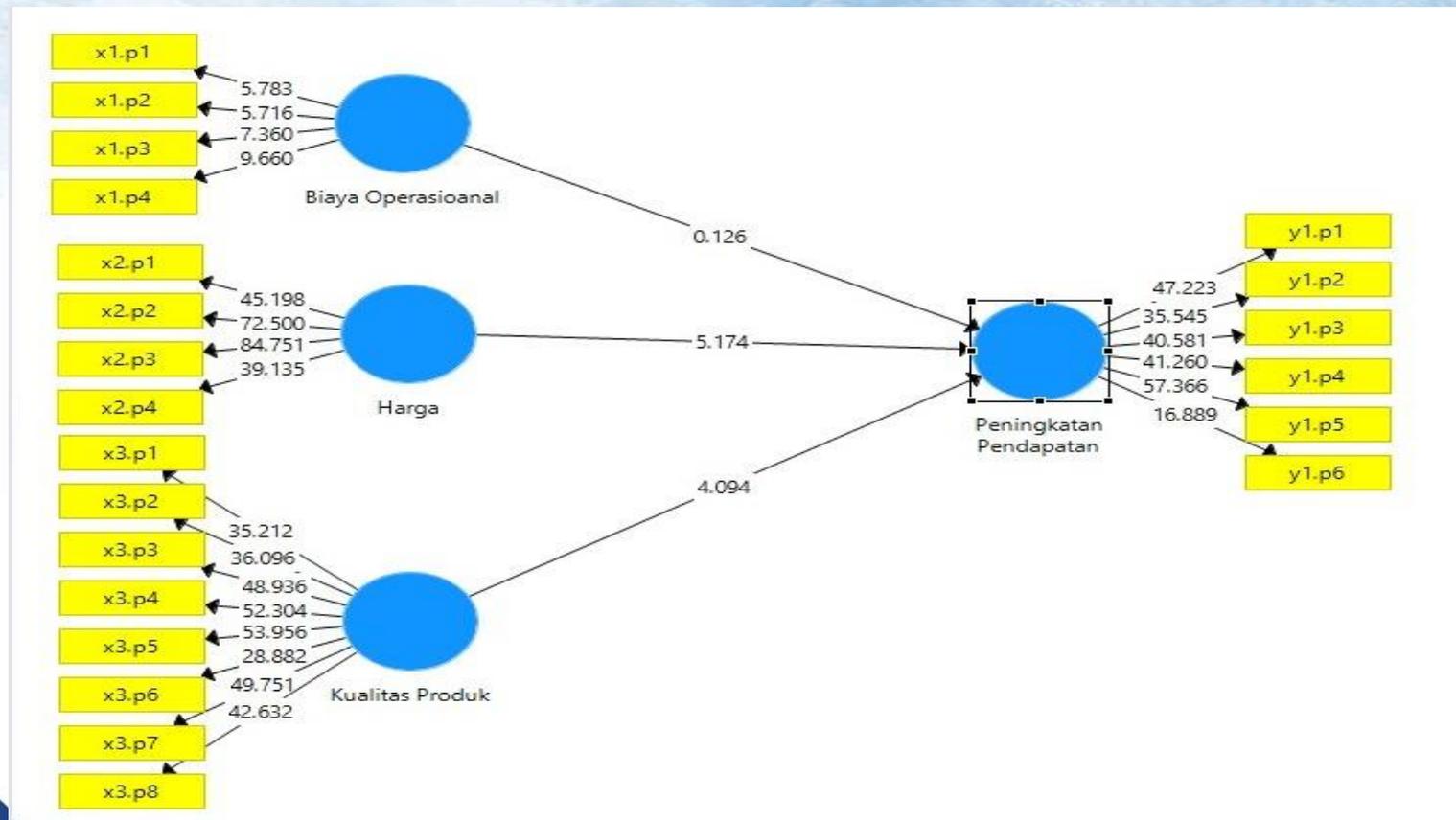
H1 : Biaya Operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan

H2 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan

H3 : Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil uji validitas dan realibilitas yang dilakukan pada konstruk *Biaya Operasioanal*, *Harga*, dan *Kualitas produk dan Peningkatan Pendapatan* tidak ada item yang gugur karena sudah memenuhi batas standar faktor loading. Selanjutnya dilakukan pengujian ulang sehingga semua item tersebut valid dengan uji validitas nilai diatas $> 0,60$.



Convergent Validity

Jika nilai korelasi suatu indikator lebih dari 0,60, maka dianggap dapat diandalkan (reliabel). Berdasarkan hasil uji validitas dan realibilitas yang dilakukan pada konstruk *Biaya Operasioanal, Harga dan Kualitas Produk dam Peningkatan Pendapatan* tidak ada item yang gugur karena sudah memenuhi batas standar faktor loading. Output Smart PLS untuk loading factor memberikan hasil pada tabel berikut :

Variabel	Biaya Operasioanal	Harga	Kualitas Produk	Peningkatan Pendapatan
x1.p1	0.792			
x1.p2	0.790			
x1.p3	0.875			
x1.p4	0.868			
x2.p1		0.940		
x2.p2		0.929		
x2.p3		0.945		
x2.p4		0.922		
x3.p1			0.907	
x3.p2			0.914	
x3.p3			0.925	
x3.p4			0.936	
x3.p5			0.921	
x3.p6			0.880	
x3.p7			0.932	
x3.p8			0.921	
y1.p1				0.934
y1.p2				0.909
y1.p3				0.891
y1.p4				0.915
y1.p5				0.934
y1.p6				0.870

Discriminant Validity

Nilai Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) diperiksa sebagai uji validitas terakhir. Untuk lulus uji validitas diskriminan, rasio HTMT yang dibutuhkan harus lebih kecil dari 1.

Variabel	Biaya Operasioanal	Harga	Kualitas Produk	Peningkatan Pendapatan	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Biaya Operasioanal	0.832				0.693
Harga	0.244	0.934			0.873
Kualitas Produk	0.292	0.910	0.917		0.841
Peningkatan Pendapatan	0.256	0.940	0.931	0.909	0.827

Karena nilai heterotrait-monotrait ratio tidak ada yang lebih besar dari 1, maka model penelitian yang terdiri dari keempat variabel tersebut dapat dianggap memenuhi. Evaluasi validitas diskriminan merupakan penilaian kedua dari outer model. Berdasarkan tabel 2 diatas, dapat dilihat bahwa nilai AVE menunjukkan nilai diatas 0.5 sehingga nilai AVE tersebut menunjukkan konvergen validitas yang baik. Nilai AVE yang lebih besar dari 0.5 menunjukkan bahwa secara rata-rata konstruk menjelaskan lebih dari setengahnya (50%) varians setiap indikatornya.

Cronbach's Alpha and Composite Reliability

Dalam penelitian ini, nilai Cronbach Alpha dan Composite Reability diperiksa sebagai bagian dari uji reliabilitas. Jika peringkat Cronbach's Alpha dan Composite Reability alat penelitian lebih besar dari 0,60, alat tersebut dianggap dapat dipercaya dan diandalkan.

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit
Biaya Operasioanal	0.861	0.938	0.900
Harga	0.951	0.951	0.965
Kualitas Produk	0.973	0.973	0.977
Peningkatan Pendapatan	0.958	0.959	0.966

Berdasarkan table 3 diatas, menunjukkan hasil bahwa semua variabel telah memiliki nilai diatas 0.7 dan dianggap telah memenuhi syarat realibilitas konsistensi internal.

Path Coefficient

Koefisien jalur (path coefficients) merupakan nilai yang diperlukan untuk menunjukkan sudut pandang hubungan pada variabel, terlepas dari apakah hipotesis tersebut bergerak ke arah yang positif atau negatif. Koefisien jalur biasanya berkisar dari -1 hingga +1, dengan nilai antara 0 dan +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat dan 0 hingga -1 menandakan hubungan negative.

Variabel	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Biaya Operasioanal -> Peningkatan Pendapatan	-0.005	0.001	0.038	0.126	0.900
Harga -> Peningkatan Pendapatan	0.538	0.534	0.104	5.174	0.000
Kualitas Produk -> Peningkatan Pendapatan	0.443	0.445	0.108	4.094	0.000

Berdasarkan tabel di atas, terdapat hubungan positif antar variabel, dengan nilai lebih dari 0, artinya jika setiap variable independent naik satu satuan, maka variable dependen yang dipengaruhi juga akan naik satu satuan.

Path Determination (R2)

Koefisien determinasi (R²) menjelaskan, sebagian atau bersamaan, perubahan variabel dependen (Ghozali,2018). Nilai antara 0 dan 1 adalah rentang koefisien determinasi ($0 < R^2 < 1$). Selain itu, nilai R Square 0,75 dinyatakan dalam kelompok kuat, nilai R Square 0,5 dinyatakan dalam kategori sedang, dan nilai R Square 0,25 dinyatakan dalam kategori lemah, menurut Hair et al. (2011).

Variabel	R Square	Adjusted R Square
Peningkatan Pendapatan	0.916	0.914

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) variabel *Peningkatan Pendapatan* adalah sebesar 0,916, artinya variabel *Biaya Operasional, Harga dan Kualitas Produk* dapat dijelaskan variabel *Peningkatan Pendapatan* sebesar 91,6% dan sisanya 8,4% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar hipotesis yang ditetapkan.

Path Coefficients (Pengaruh Langsung)

Analisis Pengujian Hipotesis dilakukan dengan bootstrapping pada software SmartPLS 3.0. Hasilnya dievaluasi dengan melihat apakah path coefficient dengan t-statistic >1.96 dan p-value < 0.05 Jika hasilnya positif, maka hipotesis dianggap valid. Ini berdampak positif dan signifikan pada variabel endogen dan eksogen.

Variabel	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Biaya Operasioanal -> Peningkatan Pendapatan	-0.005	0.001	0.038	0.126	0.900
Harga -> Peningkatan Pendapatan	0.538	0.534	0.104	5.174	0.000
Kualitas Produk -> Peningkatan Pendapatan	0.443	0.445	0.108	4.094	0.000

H1 : Pengaruh *Biaya Operasional Terhadap Peningkatan Pendapatan*

Berdasarkan tabel 6 diatas, dapat dilihat bahwa Biaya Operasional terhadap variable *Peningkatan Pendapatan* menghasilkan nilai koefisien parameter sebesar -0.005 dengan nilai T-statistik lebih besar dari nilai T- tabel (1.96) yaitu 0.126 dan nilai untuk P value < 0.5 yaitu sebesar 0,900. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Biaya Operasional Tidak* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Peningkatan Pendapatan* sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis H1 tidak diterima.

H2 : Pengaruh Harga Terhadap Peningkatan Pendapatan

Pada variable Harga terhadap *Peningkatan Pendapatan* menghasilkan nilai koefisien parameter sebesar 0.538 dengan nilai T-statistik lebih kecil dari nilai T-tabel (1.96) yaitu 5.174 dan nilai untuk P value > 0.5 yaitu sebesar 0,000. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Harga* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis H2 diterima.

H3 : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan

Variable *Kualitas Produk* terhadap *Peningkatan Pendapatan* menghasilkan nilai koefisien parameter sebesar 0.443 dengan nilai T-statistik lebih besar dari nilai T-tabel (1.96) yaitu 4.094 dan nilai untuk P value < 0.5 yaitu sebesar 0,000. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Biaya Operasional* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Peningkatan Pendapatan*, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis H3 diterima.

Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Peningkatan Pendapatan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel biaya operasional (X1) menunjukkan biaya operasional terhadap peningkatan pendapatan tidak berpengaruh yang positif, ditunjukkan dengan nilai original sample atau nilai korelasi sebesar -0.005. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan atau penurunan biaya operasional tidak seberapa memiliki pengaruh terhadap pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah UMKM kuliner di Sidoarjo. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan berbagai faktor, termasuk kemungkinan efisiensi operasional optimal yang ada, serta penekanan yang ditempatkan oleh UMKM pada faktor-faktor alternatif seperti strategi pemasaran dan kualitas penawaran produk mereka. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia mungkin juga menjelaskan dampak terbatas dari biaya operasional. Dalam kasus di mana tenaga kerja tidak memiliki pelatihan yang memadai atau tidak cukup efisien, pengeluaran operasional tidak mungkin menghasilkan peningkatan yang signifikan baik dalam produktivitas atau pendapatan..

Pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [14] bahwa biaya operasional berpengaruh negatif terhadap peningkatan pendapatan. Namun tidak sejalan dengan penelitian dilakukan oleh [13] menunjukkan bahwa biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Oleh karena itu, pengurangan biaya operasional tidak mungkin berdampak pada pertumbuhan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Sidoarjo. Perbedaan ini dapat dikaitkan dengan faktor kontekstual, termasuk variasi dalam sektor industri atau keadaan ekonomi regional. Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini menunjukkan tidak setuju berdasarkan data berikut, dengan hipotesis ditolak dan tidak diterima.

Pengaruh Harga Terhadap Peningkatan Pendapatan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel harga (X2) menunjukkan variabel harga terhadap peningkatan pendapatan memiliki pengaruh yang positif, ditunjukkan dengan nilai original sample atau nilai korelasi sebesar 0.538. Hasilnya memvalidasi bahwa menerapkan strategi penetapan harga yang tepat berpotensi meningkatkan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM yang berlokasi di Sidoarjo mungkin melakukan benchmarking harga terhadap pesaing mereka untuk memikat pelanggan yang lebih besar. Menggunakan metode penetapan harga yang kompetitif dapat mengakibatkan lonjakan volume penjualan, sedangkan menetapkan titik harga yang lebih tinggi, jika selaras dengan standar kualitas yang dirasakan, dapat menyebabkan perluasan margin keuntungan. Ini menggarisbawahi pentingnya melakukan analisis pasar menyeluruh dan mengadopsi pendekatan penetapan harga yang dapat disesuaikan dan selaras dengan fluktuasi di pasar.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh [15] menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi dapat berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan pada suatu perusahaan. Sementara penelitian yang dilakukan oleh [16] kenaikan harga dapat berpengaruh negatif terhadap peningkatan pendapatan. Ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang sukses memerlukan pemahaman mendalam tentang kecenderungan pelanggan dan respons harga di pasar.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Pendapatan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel kualitas produk (X3) menunjukkan variabel kualitas produk terhadap peningkatan pendapatan memiliki pengaruh yang positif, ditunjukkan dengan nilai original sample atau nilai korelasi sebesar 0.443. Penemuan ini menekankan pentingnya kualitas produk dalam meningkatkan pendapatan. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang memprioritaskan peningkatan kualitas produk biasanya memperoleh kepercayaan dan loyalitas pelanggan, akibatnya mengarah pada peningkatan penjualan dan pendapatan. Dalam lingkungan yang ditandai dengan meningkatnya persaingan, barang berkualitas tinggi dapat berfungsi sebagai faktor pembeda penting yang memungkinkan UMKM untuk mempertahankan dan memperbesar pasar mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [17] kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [18] kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial serta Signifikan terhadap Pendapatan UMKM. Perbedaan yang diamati berpotensi berasal dari variasi dalam penggambaran dan evaluasi keunggulan produk, serta perbedaan di lingkungan pasar.

TEMUAN PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Biaya Operasional Tidak ada dampak pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa variasi biaya operasional tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keuntungan finansial usaha kecil dan menengah di Sidoarjo. Harga Menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan, Strategi penetapan harga memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan UMKM, menggarisbawahi bahwa entitas UMKM yang menetapkan harga yang sadar pasar dan pesaing mampu memikat basis pelanggan yang lebih besar dan menambah pendapatan. Kualitas Produk Menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Peningkatan kualitas produk dapat menanamkan kepercayaan dan loyalitas pada pelanggan, yang selanjutnya mengarah pada peningkatan penjualan dan pendapatan bagi UMKM kuliner di Sidoarjo.

MANFAAT PENELITIAN

- Temuan penelitian tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat mendorong pemilik UMKM untuk meningkatkan standar biaya operasional, harga, kualitas produk dan layanan mereka.
- Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan berbagai manfaat yang signifikan bagi berbagai pemangku kepentingan, dari pemilik UMKM hingga pemerintah dan masyarakat umum, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kualitas hidup di Sidoarjo.

KESIMPULAN

Peneliti menyimpulkan bahwa di antara tiga variabel yang diteliti Biaya Operasional (X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3), hanya variabel Harga dan Kualitas Produk menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan (Y) di kalangan pelaku UMKM kuliner di Sidoarjo. Disajikan di bawah ini adalah penjelasan dari temuan ini:

Biaya Operasional (X1)

Tidak ada dampak pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan, dengan koefisien korelasi $-0,005$.

Hal ini menunjukkan bahwa variasi biaya operasional tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keuntungan finansial usaha kecil dan menengah di Sidoarjo, yang berpotensi disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia atau efisiensi operasional yang sudah dioptimalkan.

Harga (X2)

Menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan, dengan koefisien korelasi $0,538$.

Strategi penetapan harga memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan UMKM, menggarisbawahi bahwa entitas UMKM yang menetapkan harga yang sadar pasar dan pesaing mampu memikat basis pelanggan yang lebih besar dan menambah pendapatan.

Kualitas Produk (X3)

Menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan, dengan koefisien korelasi $0,443$.

Peningkatan kualitas produk dapat menanamkan kepercayaan dan loyalitas pada pelanggan, yang selanjutnya mengarah pada peningkatan penjualan dan pendapatan bagi UMKM kuliner di Sidoarjo,

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan pendapatan, para pelaku UMKM kuliner di Sidoarjo harus mengasah strategi penetapan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk peningkatan pendapatan. Sementara efisiensi biaya operasional tetap penting, namun pertimbangan utama harus diberikan pada beberapa faktor yang menunjukkan pengaruh yang lebih besar, seperti harga dan kualitas produk. Selain itu, Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia juga perlu diperhatikan agar biaya operasional yang dikeluarkan dapat lebih efektif dan berdampak positif pada produktivitas dan pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Sularsih Prodi Akuntansi and S. Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol, “Transformasi digital dan financial technology terhadap peningkatan pendapatan umkm dimasa pandemi Covid-19 di Kabupaten Pasuruan,” *J. Paradig. Ekon.*, vol. 17, no. 3, pp. 2085–1960, 2022.
- [2] L. Gustina, W. Novita, and Y. Triadi, “Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Padang,” *J. Teknol. Dan Sist. Inf. Bisnis*, vol. 4, no. 1, p. 153, 2022.
- [3] N. I. Purnama, S. H. Harahap, and D. S. Siregar, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Gende Coffee,” *Balanc. J. Akunt. dan Manaj.*, vol. 1, no. 1, pp. 18–24, 2022, doi: 10.59086/jam.v1i1.4.
- [4] Fauzan Haqiqi, Rahma Dewi Susanti, and Ferawati, “Analisis Pengaruh Pemberian Modal Kerja Dan Biaya Produksi Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kecil Menengah Di Desa Pongkar Kecamatan Tebing Kabupaten Karimun (Tahun 2014 – 2018),” *J. Cafe.*, vol. 1, no. 1, pp. 63–72, 2020, doi: 10.51742/akuntansi.v1i1.54.
- [5] E. Purnaningrum, I. M. B. Dwiarta, T. Ariprowo, R. B. D. Waryanto, and A. Prasetyo, “Pemberdayaan UMKM Disabilitas Trenggalek untuk Peningkatan Pendapatan Pasca Pandemi melalui Upgrading Sosial Media,” *Ekobis Abdimas J. Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 94–99, 2021, doi: 10.36456/ekobisabdimas.2.2.4858.
- [6] F. A. Pratama *et al.*, “Pengembangan Umkm Sidoarjo Sufyah Craft Aksesoris Melalui E-Commerce,” vol. 1, no. 5, pp. 475–480, 2023.
- [7] M. B. B. and E. Plutzer, “No PENGARUH PAYMENT GATEAWAY , LITERASI KEUANGAN, MOTIVASI DAN LOCUS OF CONTROL TERHADAP KINERJAUSAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DIKOTA SIDOARJO Title,” p. 6, 2021.
- [8] Y. Casmadi and I. Aziz, “Pengaruh Biaya Produksi & Biaya Operasional terhadap Laba Bersih pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk.,” *J. Akuntansi*, vol. Vol 11, no. 1, p. hal 1-12., 2019.
- [9] D. Andriany and M. Arda, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks,” *Semin. Nas. Multidisiplin Ilmu*, vol. 3, no. 1, pp. 186–197, 2022.
- [10] M. K. Hafidzi, F. Rizqi, and A. Jumani, “Literature Review Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian,” *J. Ilmu Multidisiplin*, vol. 1, no. 1, pp. 203–214, 2022, [Online]. Available: <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1>
- [11] M. Mahmud, “Pemanfaatan Media Sosial & E-Commerce Guna Peningkatan Penjualan Produk UMKM Pada Masa Pandemi,” *Mopolayio J. Pengabd. Ekon.*, vol. 02, no. 01, pp. 20–28, 2022.

DAFTAR PUSTAKA

- [13] M. I. Mu'tashim and A. S. Slamet, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Bogor)," *J. Manaj. dan Organ.*, vol. 10, no. 2, pp. 118–132, 2020, doi: 10.29244/jmo.v10i2.30131.
- [14] D. Maryana and A. S. Febriliani, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Unilever Indonesia Periode 2013-2020," *J. Akunt.*, vol. 14, no. 2, pp. 42–56, 2021, [Online]. Available: <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/1903/903>
- [15] M. Tahulending and S. N. Rondonuwu, "Analisis Pengendalian Biaya Operasional Terhadap Peningkatan Laba Pada CV. Kombos Manado," *J. LPPM Bid. EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, vol. 6, no. 1, pp. 543–554, 2022.
- [16] M. Nuryayi and deden edwar yokeu Benardin, "Pengaruh Biaya Operasional Dan Arus Kas (Aktivitas Operasi) Terhadap Profitabilitas Pindad (Persero) Bandung," *Ecodemica*, vol. III, no. 1, pp. 380–389, 2015.
- [17] S. A. Sani, M. Batubara, P. R. Silalahi, R. R. Syahputri, and V. Liana, "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening," *Al-Kharaj J. Ekon. Keuang. Bisnis Syariah*, vol. 4, no. 5, pp. 1327–1342, 2022, doi: 10.47467/alkharaj.v4i5.931.
- [18] I. Z. Firdaus, P. Purwoko, and R. R. Setyawan, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi Dan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen," *J. Ilm. Manajemen, Ekon. Akunt.*, vol. 6, no. 3, pp. 1466–1478, 2022, doi: 10.31955/mea.v6i3.2491.
- [19] S. N. Rohmah and S. Oktapiani, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masker Medis Sensi Pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa," *J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 4, no. 2, pp. 43–49, 2021.
- [20] J. K. D. I. Savira and V. S. N. Yulianti, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Shop," *J. Kewirausahaan dan Ino-vasi*, vol. 1, no. 1, pp. 110–118, 2022, [Online]. Available: <http://dx.doi.org/10.21776/jki.2022.01.1.12>.
- [21] A. R. Anggraeni and E. . Soliha, "Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)," *Al Tijarah*, vol. 6, no. 3, p. 96, 2020, doi: 10.21111/tijarah.v6i3.5612.
- [22] A. Febrida, D. H. Ridwan, and D. H. Nastiti, "Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Thai Tea Pada Generasi Millennial," *J. Bus. Manag. Econ. Account. Natl. Semin.*, vol. 1, pp. 500–513, 2020.

DAFTAR PUSTAKA

- [23] Aulia Rosmaniar, “DEMANd Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development,” 2021.
- [24] I. Ismaulina, D. M. Resa, and S. Nasution, “Peningkatan Pendapatan UMKM Melalui Pembiayaan Syariah dan Pemberdayaan,” *BISNIS J. Bisnis dan Manaj. Islam*, vol. 10, no. 2, p. 325, 2022, doi: 10.21043/bisnis.v10i2.13739.
- [25] Eka Putra Nuzuri and Andriani, “Peranan Pembiayaan Murabahah dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha,” *Wadiah*, vol. 2, no. 1, pp. 1–17, 2018, doi: 10.30762/wadiah.v2i1.2989.
- [26] T. Anugrah, Purwanto, Suyoto, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan,” *J. kewarganegaraan*, vol. 6, no. 1, pp. 1–17, 2022.
- [27] B. L. Iverson and P. B. Dervan, *No Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian : Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis. PT. Inkubator Penulis Indonesia Title.*
- [28] Aulia Rosmaniar, “DEMANd Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development,” 2021.
- [29] I. Ismaulina, D. M. Resa, and S. Nasution, “Peningkatan Pendapatan UMKM Melalui Pembiayaan Syariah dan Pemberdayaan,” *BISNIS J. Bisnis dan Manaj. Islam*, vol. 10, no. 2, p. 325, 2022, doi: 10.21043/bisnis.v10i2.13739.
- [30] Eka Putra Nuzuri and Andriani, “Peranan Pembiayaan Murabahah dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha,” *Wadiah*, vol. 2, no. 1, pp. 1–17, 2018, doi: 10.30762/wadiah.v2i1.2989.
- [31] T. Anugrah, Purwanto, Suyoto, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan,” *J. kewarganegaraan*, vol. 6, no. 1, pp. 1–17, 2022.
- [32] B. L. Iverson and P. B. Dervan, *No Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian : Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis. PT. Inkubator Penulis Indonesia Title.*

