

Analysis of Operational Costs, Prices and Product Quality on Increasing Income for Culinary MSMEs in Sidoarjo

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

Krisila Arini Hikmah¹⁾, 1, Supardi^{*.2)}

¹⁾Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: supardi@umsida.ac.id

Abstract. *This research aims to analyze the influence of Operational Costs (X1), Price (X2), and Product Quality (X3) on Increasing Income (Y) among UMKM in Sidoarjo. This research is quantitative research with SEM-PLS as a data analysis method with the Smart PLS 3.0 program. Data was collected through a questionnaire distributed to 100 respondents. The research sample is UMKM culinary actors in Sidoarjo, with each variable measured using certain item statements. The results of the analysis show that Operational Costs (X1) do not have a positive and significant influence on Increasing Revenue, with a correlation value of -0.005. On the other hand, the variables Price (X2) and Product Quality (X3) each have a positive and significant influence on increasing income, with correlation values of 0.538 and 0.443. This shows that the right pricing strategy and improving product quality can increase the income of UMKM culinary in Sidoarjo. Competitive prices can attract more customers, while good product quality can increase customer trust and loyalty. These findings indicate that UMKM culinary in Sidoarjo need to focus more on determining pricing strategies and improving product quality to increase their income. Operational cost efficiency does not necessarily make a significant contribution to increasing revenue, possibly due to human resource factors being an obstacle. This research provides important insights for UMKM players and stakeholders in formulating effective business strategies, by emphasizing the importance of price and product quality in influencing income.*

Keywords - *UMKM, Operational Costs, Prices, Product Quality, Increased Income, Sidoarjo*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Biaya Operasional (X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) terhadap Peningkatan Pendapatan (Y) pada pelaku UMKM di Sidoarjo. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan SEM-PLS sebagai metode analisis data dengan program Smart PLS 3.0. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden sampel penelitian yaitu pelaku UMKM kuliner di Sidoarjo, dengan masing-masing variabel diukur menggunakan item pernyataan tertentu. Hasil analisis menunjukkan bahwa Biaya Operasional (X1) tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan, dengan nilai korelasi -0.005. Sebaliknya, variabel Harga (X2) dan Kualitas Produk (X3) masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan, dengan nilai korelasi 0.538 dan 0.443. Ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang tepat serta peningkatan kualitas produk dapat meningkatkan pendapatan UMKM kuliner di Sidoarjo. Harga yang kompetitif dapat menarik lebih banyak pelanggan, sementara kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM kuliner di Sidoarjo perlu lebih fokus pada strategi penetapan harga dan peningkatan kualitas produk untuk meningkatkan pendapatan mereka. Efisiensi biaya operasional belum tentu berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan, kemungkinan karena faktor sumber daya manusia yang menjadi kendala. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pelaku UMKM dan pemangku kepentingan dalam merumuskan strategi bisnis yang efektif, dengan menekankan pentingnya harga dan kualitas produk dalam mempengaruhi pendapatan.*

Kata Kunci – *UMKM, Biaya Operasional, Harga, Kualitas Produk, Peningkatan Pendapatan, Sidoarjo*

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, kita harus memahami bahwa pembangunan ekonomi semakin pesat. Setiap pengusaha berlomba-lomba untuk meningkatkan pendapatan pada usahanya, contohnya para pelaku usaha mikro menengah atau UMKM yang beberapa memanfaatkan platform e-commerce sebagai wadah untuk berjualan agar dapat meningkatkan pendapatannya [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. Selain mendorong

pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UKM dapat berfungsi sebagai komponen utama atau fondasi sistem ekonomi kewarganegaraan. Ini membantu dalam mengurangi masalah kemiskinan dan pengangguran. Selain itu, UKM juga berperan dalam distribusi hasil perkembangan yang merata. [2]. Perusahaan kecil maupun besar selalu berusaha untuk meningkatkan pendapatan yang diperolehnya. Pendapatan yang diperoleh perusahaan dapat dilakukan dengan cara memaksimalkan biaya operasional, menentukan harga sesuai dengan keinginan para konsumen dan kualitas produk yang diminati konsumen agar dapat meningkatkan pendapatan pada usaha tersebut [3]. Dengan meningkatnya pendapatan, maka dapat dikatakan bahwa usaha atau UMKM mengalami perkembangan yang positif dan dengan meningkatnya pendapatan yang maksimal maka perusahaan mempunyai modal untuk lebih mengembangkan usahanya agar menjaga keberlangsungan serta stabilitas perusahaan tersebut [4].

Saat ini, banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner berusaha untuk memanfaatkan apresiasi luas terhadap produk-produk daerah yang tertanam dalam tatanan budaya masyarakat Indonesia. Demikian pula, di kawasan Sidoarjo, segudang pemilik UMKM Kuliner berusaha untuk memikat konsumen dengan penawaran produk yang menawarkan cita rasa khas asli daerah masing-masing [5].

Tabel 1.1 Data jumlah UMKM di Jawa Timur

| No : | Nama Kota | Jumlah UMKM |
|------|-----------|-------------|
| 1. | Surabaya | 466.779 |
| 2. | Jombang | 328.380 |
| 3. | Sidoarjo | 306.481 |
| 4. | Mojokerto | 262.651 |
| 5. | Gresik | 239.182 |
| 6. | Malang | 141.906 |
| 7. | Sumenep | 101.710 |
| 8. | Kediri | 51.039 |

Sumber Data : Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur (2022-2024)

Berdasarkan tabel diatas Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah menjadi populer yang lazim dalam masyarakat. Kabupaten Sidoarjo telah memperoleh penghargaan sebagai kota terpadat umkm ketiga di Jawa Timur karena jumlah UKM yang besar, sehingga mendapatkan penghargaan terhormat sebagai kota umkm terbaik. Peningkatan tahunan UMKM kuliner di Sidoarjo Kabupaten secara konsisten menunjukkan pertumbuhan. [6] maka dari itu Sidoarjo disebut kota UMKM karena merupakan kota dengan jumlah UMKM yang banyak sebanyak 171.264 perusahaan yang terbagi atas 16.000 usaha besar, 154.891 usaha mikro kecil menengah, serta terdapat 82 pusat industri berkembang dan sekitar 11 desa Sidoarjo dengan keunggulan produk yang lebih banyak lagi [7].

Salah satu permasalahan UMKM kuliner 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. Sebagai respons terhadap masalah ini, Peneliti berencana untuk meneliti langsung dan mengevaluasi biaya operasional, harga dan kualitas produk dalam meningkatkan pendapatapatan. karena adanya biaya operasional, harga dan kualitas produk membantu menjadi lebih produktif dan meningkatkan penjualan mereka sehingga meningkatkan suatu pendapatan pada UMKM tersebut. Oleh karena itu, sangat penting bagi individu yang berpartisipasi dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya di wilayah Sidoarjo, untuk memiliki keterampilan yang diperlukan untuk secara cermat menyusun strategi bisnis yang komprehensif dan melaksanakan keputusan yang bijaksana, dalam rangka mengoptimalkan profitabilitas bagi perusahaan masing-masing. [8].

II. METODE

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 [31].

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*. Pengambilan sampel non-probabilitas merupakan metodologi pengambilan sampel di mana alokasi peluang tidak seragam atau inklusif terhadap semua konstituen atau elemen populasi. *Incidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel secara acak. Siapapun yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel apabila dianggap cocok sebagai sumber data. Untuk mendapatkan jumlah sampel yang representatif maka dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin sebagai berikut

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang digunakan

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan maksimal yang ditolerir dalam sampel (10%) Diketahui

:

N = 154.891

e = 10% (0,1)

Dijawab : $n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{154.891}{1 + 154.891(0,1)^2} = \frac{154.891}{154.892(0,01)} = \frac{154.892}{1.548.92} = 100$ responden

Sumber data untuk penelitian ini mencakup data primer dan sekunder. Data primer mengacu pada data yang telah diperoleh langsung dari responden melalui sarana kuesioner atau wawancara yang dilakukan oleh peneliti.. Teknik yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner yang berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang harus dijawab oleh responden. Sedangkan data sekunder adalah data yang dipublikasikan atau digunakan oleh suatu organisasi, namun tidak dikontrol oleh organisasi tersebut. Data sekunder mengacu pada data yang telah dikumpulkan oleh peneliti atau diperoleh dari beragam sumber yang dapat diakses, khususnya penelitian sebelumnya. Pengumpulan data sekunder dapat berasal dari berbagai sumber termasuk buku, majalah, dan internet.[30].

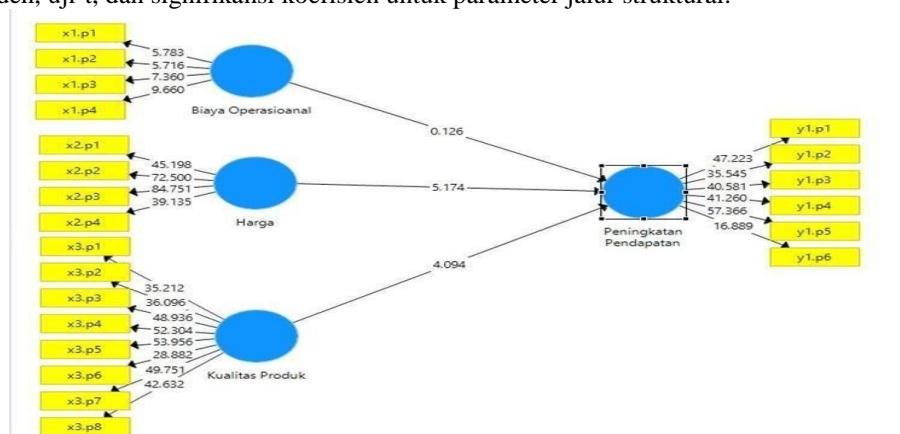
Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner. Survei yang kami gunakan sebagai alat penelitian adalah survei tertutup. Skala serupa digunakan dalam pengukuran survei kinerja ini. Skala Likeeirt Pemanfaatan alat pengukuran ini dimaksudkan untuk tujuan mengukur sikap, pendapat, dan persepsi yang dipegang oleh individu atau kolektif dalam masyarakat mengenai berbagai fenomena sosial. Digunakan dalam proses ini adalah skala kesamaan yang memerlukan peringkat mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares atau biasa disebut dengan (SEM-PLS). SEM-PLS merupakan alat pengolah data menggunakan smartPLS 3.0 Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS) adalah kerangka konseptual analisis yang bergeser dari model kualitas atau teori ke component based predictive model. Partial Least Squares (PLS) berguna karena data yang diolah tidak didasarkan pada banyak asumsi atau asumsi dan pengujian ini melibatkan melakukan beberapa pengujian seperti uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis. Ini merupakan metode analisis data yang sangat kuat [32].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Pengujian inner model atau pengujian model struktural dilakukan untuk menganalisis korelasi antar variabel, signifikansi nilai, dan R-square dari model penelitian. Evaluasi model struktural melibatkan penilaian R-square untuk variabel dependen, uji-t, dan signifikansi koefisien untuk parameter jalur struktural.



Gambar 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas dan realibilitas yang dilakukan pada konstruk *Biaya Operasional, 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 $> 0,60$.

Analisis Outer Model

Spesifikasi hubungan antara variabel laten dan variabel manifesnya ditentukan dengan menguji model pengukuran (outer model) yang meliputi validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas.

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 Operasional, Harga dan Kualitas Produk dan 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 |

Tabel 1. Hasil Outer Loading dengan SmartPLS

Sumber : Olahdata SmartPLS 3.0

Berdasarkan gambar 1 diatas, dapat dilihat bahwa setiap indikator pada variabel diatas memiliki nilai loading factor >0.60 sehingga dapat dinyatakan valid karena telah memenuhi syarat nilai korelasi. Selain nilai uji validitas sebuah indicator juga dapat dilihat dari nilai konvergen validitas (*Average Variance Extracted*) Nilai konvergen validitas akan disajikan dalam Tabel 2.

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 |

Tabel 2. Discriminant Validity

Sumber : Olahdata Smart Pls 3.0

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 Reliability diperiksa sebagai bagian dari uji reliabilitas. Jika peringkat Cronbach's Alpha dan Composite Reliability 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 |

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas

Sumber : Olahdata Smart Pls 3.0

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

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Inner model merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Melalui proses bootstrapping, parameter uji T-statistic diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan. Inner model menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk.

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 |

Tabel 4. Path Coefficient

Sumber : Olahdata Smart Pls 3.0

Berdasarkan tabel. 5 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 ($0 < R2 < 1$). 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 |

Sumber : Olahdata Smart Pls 3.0

Berdasarkan tabel 5 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.

Analisis Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel pada akhirnya memiliki hubungan atau pengaruh secara statistik, seperti yang di hipotesiskan sebelumnya, atau mungkin juga menentang hipotesis tersebut.

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 -> Peningka an Pendapatan | -0.005 | 0.001 | 0.038 | 0.126 | 0.900 |
| Harga -> Peningkatan Pendapat n | 0.538 | 0.534 | 0.104 | 5.174 | 0.000 |
| Kualitas Produk -> Peningkatan Pendapatan | 0.443 | 0.445 | 0.108 | 4.094 | 0.000 |

Tabel6. Path Coefficients (Pengaruh Langsung) Sumber : Olahdata Smart Pls 3.0**B. Pembahasan****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.

Penulis mengumpulkan data menggunakan kuesioner yang mencakup 4 (empat) item pernyataan untuk variabel X1 (Biaya Operasional), 4 (empat) item pernyataan untuk variabel X2 (harga), 8 (delapan) item pernyataan untuk variabel X3 (kualitas produk), dan 6 (enam) item pernyataan untuk variabel Y (Peningkatan Pendapatan). Para peneliti mengirimkan kuesioner kepada responden 100 para pelaku umkm kuliner di Sidoarjo.

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.

IV. SIMPULAN

Penelitian 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.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik atas bantuan serta pemberian bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya atas pemberian dukungan dan semangat hingga akhirnya penelitian ini dapat selesai tepat waktu. Terima kasih kepada keluarga khususnya orang tua yang tiada henti memberikan doa dan dukungannya serta terima kasih pula untuk seluruh pelaku UMKM kuliner di Kabupaten Sidoarjo yang sudah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan ini.

REFERENSI

- [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 Ompu 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] Aldy dwi mulyana, "M. Deva Sutarno. 2021 Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian UMKM (Studi Kasus UMKM Kuliner Cisauk Corner Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang)," *J. Inf.*, vol. 2, no. 30, pp. 1–17, 2013.
- [6] E. Purnaningrum, I. M. B. Dwiarta, T. Aripriabowo, 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.
- [7] F. A. Pratama et al., "Pengembangan Umkm Sidoarjo Sufyah Craft Aksesoris Melalui E-Commerce," vol. 1, no. 5, pp. 475–480, 2023.
- [8] M. B. B. and E. Plutzer, "No Pengaruh Payment Gateway, Literasi Keuangan, Motivasi dan Locus Of Control terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Sidoarjo Title," p. 6, 2021.
- [9] 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.
- [10] 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.
- [11] 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>
- [12] 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.
- [13] L. Rahmawati and Kosasih, "Sub Sektor Logam Dan Sejenisnya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018," vol. 5, no. 4, pp. 834–844, 2020.
- [14] W. Jeanne Clarisa Wetik, "Pengaruh Pendapatan Usaha dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih Survey pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia," *Kinabalu*, vol. 11, no. 2, pp. 50–57, 2019.
- [15] Y. Triwidatin, A. Jamaludin, M. N. Afif, and H. Hurriyaturrohmah, "Pengaruh Penetapan Harga Pokok Produksi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)," *J. Akunida*, vol. 8, no. 1, pp. 65–75, 2022, doi: 10.30997/jakd.v8i1.4872.
- [16] M. O. Dewi and E. Marsepa, "Jusuf, Jopie. 2008. Analisis Kredit untuk Account Officer. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.," *Nusant. Hasana J.*, vol. 1, no. 7, pp. 33–37, 2021.
- [17] 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.
- [18] A. Syahputra, E. Ervina, and M. Melisa, "Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan UMKM," *J. Manag. Bussines*, vol. 4, no. 1, pp. 183–198, 2022, doi: 10.31539/jomb.v4i1.3498.
- [19] D. Maryana and A. S. Febriliani, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Unilever Indonesia Tbk. 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>
- [20] M. Tahulending and S. N. Rondonuwu, "Analisis Pengendalian Biaya Operasional Terhadap Peningkatan Laba Pada CV. Kombos Tendean Manado," *J. LPPM Bid. EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, vol. 6, no. 1, pp. 543–554, 2022.

- [21] M. Nuryayi and deden edwar yokeu Benardin, "Pengaruh Biaya Operasional Dan Arus Kas (Aktivitas Operasi) Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Pindad (Persero) Bandung," *Ecodemica*, vol. III, no. 1, pp. 380–389, 2015.
- [22] 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.
- [23] 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.
- [24] 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.
- [25] 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>.
- [26] 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.
- [27] 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.
- [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.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.