



PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA *PACKAGING*, DAN PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH UMKM PEDAGANG TAHU ACI DI KARANGMANGU, TARUB, TEGAL

Catur Wahyudi (caturwahyudi68@yahoo.co.id)
Universitas Negeri Islam Siber Syaeh Nutjati Cirebon

Imamudin Yuliadi (imamudin@umy.ac.id)
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

(Received: December 2024 / Revised: December 2024/ Accepted: Maret 2025)

ABSTRACT

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

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

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

1. PENDAHULUAN

Bisnis Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi harapan negara sebab merupakan salah satu penopang perekonomian negara. Kebanyakan UMKM berasal dari industri dalam negeri, maka konsumennya juga berasal dari kalangan bawah. Faktanya, UMKM mampu bersikeras lebih baik daripada korporasi besar selama krisis ekonomi.¹ Era persaingan menjadikan UMKM harus mampu mengatasi tantangan global. Pentingnya makna UMKM mengenai kemajuan negara serta daerah serta untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, khususnya dalam memberikan kesempatan kerja atau lapangan kerja dan sumber pendapatan untuk warga yang bergaji kecil. UMKM juga mendukung upaya pemerintah dalam meminimalisir kemiskinan melalui pembangunan ekonomi nasional.²

Laba Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah diperkirakan meningkat setiap periodenya. Maka sebab itu, UMKM perlu memperkirakan laba yang akan dihasilkan pada periode mendatang. Memperkirakan keuntungan dapat dilakukan dengan menganalisis laporan keuangan. Laba adalah kelebihan pendapatan atas pengeluaran akan terkait dengan aktivitas bisnis. Supaya UMKM sanggup mencapai target keuntungannya, maka harus merancang konsep keuntungan yang tepat dan tetap mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi keuntungan³. Ada empat faktor yang memengaruhi kenaikan atau penurunan laba bersih, yaitu biaya produksi, biaya packaging, volume penjualan dan omset penjualan.

Faktor pertama yang memengaruhi naik turunnya laba bersih adalah biaya produksi. Biaya produksi dapat dijadikan alat untuk meningkatkan target profitabilitas para usaha mikro, kecil, dan menengah pedagang tahu aci. Biaya produksi yang tinggi dapat memengaruhi harga jual produk. Faktor kedua yang memengaruhi naik turunnya laba bersih yang diperoleh adalah biaya *packaging*. Menentukan kemasan dengan bagus dan menarik tentunya membutuhkan biaya yang cukup besar. Faktor ketiga yang mempengaruhi naik turunnya laba bersih adalah volume penjualan. Jumlah produk yang terjual merupakan salah satu fungsi

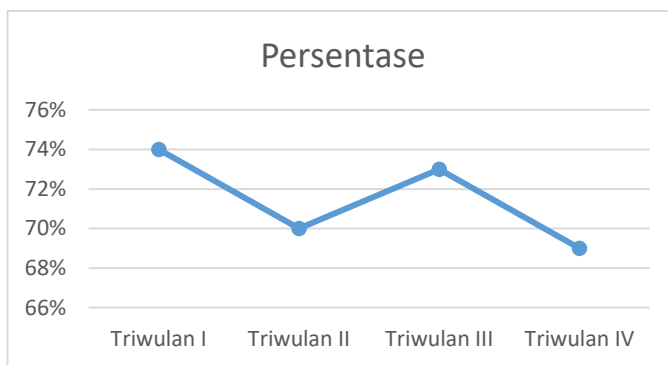
¹ Marina and Fatmawati, "Strategi Pengembangan UKM Melalui Peningkatan Modal Kerja Dengan Variabel Intervening Pengembangan Bisnis Pada UKM Makanan Kecil Di Kota Semarang," *Prosiding Seminar Nasional* (2016): 207–216.

² Ibid.

³ Maulidya Masputri Ambarini, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016," *International Journal on Economics, Finance and Sustainable Development (IJEFS)* 2, no. 4 (2020): 49–56.

pemasaran terpenting bagi setiap UMKM untuk mencapai tujuannya saat memperbaiki keuntungan. Serta faktor terakhir yang mempengaruhi naik turunnya laba bersih adalah omset penjualan. Omset Penjualan merupakan faktor penentu yang dapat menjelaskan besar kecilnya keuntungan suatu UMKM.⁴

Tantangan UMKM kini harus melakukan inovasi dalam pengembangan produk, kenaikan SDM, kemajuan informasi, dan kebutuhan jaringan usaha. Kegiatan tersebut dilaksanakan hendak menghilangkan penyebab kesulitan UMKM dalam mengembangkan usaha pada daerahnya. Salah satu daerah akan memiliki potensi yang mampu bersaing di era global adalah produksi tahu aci di Desa Karangmangu. Desa Karangmangu yang berlokasi di Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal. Desa karangmangu adalah salah satu desa yang memproduksi makanan khas tegal, yaitu tahu aci. Grafik 1 adalah grafik mengenai akumulasi target dan realisasi pedagang tahu aci.



Grafik 1
Target dan Realisasi Tahun 2023

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

⁴ Ibid.

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

Sekarang ini ada beberapa persoalan yang sedang ditangani Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, yaitu sulitnya meningkatkan keuntungan setiap triwulannya, setiap transaksi dicatat secara manual, yaitu dicatat dalam satu buku transaksi atau pada jurnal harian sehingga dapat menyebabkan kesulitan dalam menghitung pendapatan.

Mengikuti kejadian yg dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk meriset lebih lanjut terkait laba bersih di UMKM pedagang tahu aci di Desa Karangmangu, Kecamatan Tarub, Kabupaten Tegal. Sehingga, peneliti membuat soal peneliti ialah: (a) Apakah beban produksi berdampak kepada keuntungan bersih pada UMKM pedagang tahu aci; (b) Apakah beban *packaging* berdampak kepada keuntungan bersih pada UMKM pedagang tahu aci; (c) Apakah volume penjualan berdampak kepada keuntungan bersih pada UMKM pedagang tahu aci; (d) Apakah omset penjualan berdampak kepada keuntungan bersih pada UMKM pedagang tahu aci; 5) Apakah beban produksi, beban *packaging*, volume jualan, dan omset jualan berdampak secara simultan kepada keuntungan bersih pada UMKM pedagang tahu aci. Adapun tujuan riset ini ialah untuk menentukan serta menilai apakah variabel bebas berdampak kepada variabel terikat.

2. METODE PENELITIAN

Riset ini menerapkan metode kuantitatif. Dataset yang didapat ialah data asli. Dalam riset ini data asli didapat dari temu wicara pada penjual tahu aci yang termasuk di sampel riset. Komunitas di riset ini ialah semua penjual tahu aci yang berjumlah 45

penjual, yang berlokasi di Ds Karangmangu, Kec Tarub, Kab Tegal. Metode pengumpulan sampel memakai *purposive sampling*, sampel yang sesuai persyaratan pengambilan sampel sejumlah 13 pedagang tahu aci, tetapi setelah di outlier memperoleh 11 sampel pedagang tahu aci. Analisis data diimplementasikan dengan memakai analisis regresi multivariat.

3. TINJAUAN TEORITIK

3.1. *Agency Theory*

Agency Theory muncul ketika pemilik usaha (*principal*) tidak mampu mengendalikan usahanya seorang diri, jadi perlu melakukan perjanjian dengan karyawan (*agent*) guna memberi bantuan dalam manajemen usahanya.⁵ menegaskan yang keterkaitan kontraktual terbentuk jika lebih dari satu individu (*principal*) menugaskan individu lain (*agent*) guna menawarkan layanan serta menyerahkan pekerjaan itu kepada seorang karyawan (*agent*).⁶

Ide teori keagenan merupakan ikatan atau kesepakatan dengan *principal* dan *agent* untuk menyelesaikan pekerjaan demi keperluan *principal* dan *agent*. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa teori keagenan menguraikan korelasi kerja dengan pemilik dan karyawan. Konflik teori keagenan ini sering terjadi pada UMKM di Indonesia, khususnya pada UMKM pedagang tahu aci di kabupaten tegal. Dimana persaingan yang ketat memaksa pedagang untuk saling bersaing dalam mempertahankan dan mengembangkan produknya. Oleh karena itu, semua UMKM pedagang tahu aci harus mampu mengoptimalkan keuntungannya dengan mengurangi biaya dalam proses produksi maupun penjualan.

3.2. *Poor Management Theory*

Poor management theory atau teori pengelolaan yang jelek menjelaskan bahwa tata usaha tidak memiliki kemampuan dalam mengendalikan modal yang tersedia, hal ini untuk mengurangi pengeluaran. Dalam konteks laba bersih, teori ini seringkali mengacu pada ketidakmampuan manajemen dalam mengelola keuangan sehingga

⁵ Jensen, Michael, and William Meckling. "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure." *The Economic Nature of the Firm: A Reader, Third Edition* (1976): 283–303.

⁶ Anthony & Govindarajan. *Sistem Pengendalian Manajemen*. (Tangerang: Kharisma Publishing Group, 20110, hlm. 10

dapat mengakibatkan berkurangnya laba bersih. Beberapa faktor yang dapat menciptakan “*poor management*” dalam laba bersih antara lain kurangnya efisiensi operasional, kegagalan dalam mengidentifikasi peluang pasar, dan pengambilan keputusan keuangan yang buruk. Bisnis yang dikelola dengan buruk mungkin mengalami kesulitan mempertahankan atau meningkatkan keuntungannya.⁷

3.3. Laba Bersih

Pendapatan, pengeluaran, keuntungan, dan kerugian menghasilkan laba bersih, yang ditampilkan dalam laporan laba rugi. Keuntungan dibuat oleh perbedaan antara input dan output sumber daya dalam jangka waktu tertentu.⁸ Profit sangat penting dalam keberlanjutan suatu usaha serta referensi utama perkembangan yang berkelanjutan. Profit yang tinggi bukan merupakan indikator mutlak apakah suatu entitas berjalan baik atau tidak. Bagi sebagian besar perusahaan, setidaknya laba digunakan sebagai ukuran pencapaian.

Menurut Suwardjono,⁹ Laba adalah hasil dari usaha perusahaan dalam menghasilkan produk. Oleh karena itu, keuntungan merupakan jumlah uang yang lebih besar dari biaya yang berhubungan dengan pembuatan serta penyediaan produk. Menurut Jumingan,¹⁰ besar atau kecilnya keuntungan yang diperoleh oleh suatu perusahaan bergantung pada total biaya yang dikeluarkan atau dibayarkan oleh perusahaan dan pendapatannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, laba dapat didefinisikan sebagai sisa, atau perbedaan dengan biaya serta keuntungan suatu waktu terbatas. Keuntungan adalah komponen penting dalam mempertahankan dan mengembangkan suatu bisnis. Jadi, dapat dibuat kesimpulan bahwa laba bersih adalah biaya perusahaan selama periode tertentu, termasuk pajak, dikurangi dari laba. Laba atau keuntungan sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan sumber utama pertumbuhan jangka panjang. Laba bersih juga dapat digunakan sebagai ukuran kinerja perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Laba bersih yang tinggi bukan merupakan indikator mutlak apakah suatu entitas berjalan baik atau tidak. Bagi

⁷ Catur Wahyudi and Maulida Dwi Kartikasari, “Analisa Rasio Keuangan Terhadap Profitabilitas Pada Perbankan Yang Terdaftar Di BEI,” *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi* 13, no. 1 (2021): 124–138.

⁸ Hery, *Analisis Laporan Keuangan*, Cetakan ke. (jakarta: PT. Grasindo, 2017).

⁹ Suwardjono, *Perekayasa Pelaporan Keuangan (Buku Keempat)* (Yogyakarta: BPFE, 2008).

¹⁰ Jumingan, “Analisis Laporan Keuangan,” *Jakarta: PT. Bumi Aksara* (2006).

sebagian besar perusahaan, setidaknya laba digunakan sebagai ukuran pencapaian. Adapun indikator untuk laba bersih adalah sebagai berikut:

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

3.4. Biaya Produksi

Merupakan harga yang perlu dibayar oleh suatu bisnis pada saat membeli produk. Biaya produksi juga dikenal seperti pengumpulan atau perhitungan biaya pembuatan. Biaya pembuatan ialah kewajiban pembayaran oleh suatu perusahaan saat mengolah bahan mentah menjadi produk dan ini dipakai dalam perhitungan harga pokok barang jadi pada penutupan periode.¹¹

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

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

3.5. Biaya *Packaging*

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

Komponen utama dalam meningkatkan minat pelanggan saat membeli barang atau jasa adalah kemasan atau *packaging* yang menarik. Namun, aspek estetika kemasan masih banyak yang terabaikan. Keindahan kemasan mempunyai pengaruh besar terhadap keberhasilan penjualan, meskipun faktor biaya juga harus diperhitungkan. Jika UMKM perlu memperhatikan dan menjalankan fungsi *packaging* atau pengemasan maka penjualan produknya akan lancar. Adapun rumus untuk biaya *packaging* sebagai berikut:

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

¹¹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya* (Jakarta: UPP STIM YKPM, 2012).

3.6. Volume Penjualan

Volume penjualan ialah angka uang yang diterima oleh perusahaan dari penjualan produk yang diproduksinya. Tidak ada acara untuk membagi penjualan menjadi uang tunai atau kredit. Sebaliknya, penjualan menghitung total sebagai jumlah keseluruhan yang diterima. Tingginya volume penjualan juga terlihat dari jumlah produk yang dijual. Target dari volume penjualan adalah untuk memprediksi besarnya laba yang dihasilkan dan harga yang dibayarkan untuk penjualan suatu produk ke pelanggan.

Menurut Philip,¹² Volume penjualan adalah produk yang memberikan layanan yang baik dan dijual dalam jangka waktu tertentu dalam bentuk uang. Tingginya volume penjualan juga terlihat dari jumlah produk yang dijual. Target dari volume penjualan adalah untuk memprediksi besarnya laba yang dihasilkan dan harga yang dibayarkan untuk penjualan suatu produk ke pelanggan.

3.7. Omset Penjualan

Omset merupakan jumlah transaksi yang terjadi dalam jangka waktu tertentu, seperti hari, minggu, bulan, atau tahun. Omset bukanlah nilai keuntungan atau kerugian. Omset yang besar dengan nilai untung atau rugi yang rendah menunjukkan bahwa manajemen tidak efisien. Dan sebaliknya, jika omset yang kecil dengan nilai untung yang tinggi merupakan bukti keefisienan dalam manajemen. Sedangkan penjualan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi pendapatan suatu perusahaan. Maka, dapat disimpulkan bahwa omset penjualan adalah perbandingan dari jumlah barang yang diberikan pada pedagang sesuai dengan persetujuan bersama.

Menurut Winardi,¹³ penjualan ialah pertemuan antara pedagang dengan konsumen dengan maksud untuk mempertukarkan produk serta jasa dengan mempertimbangkan perkiraan yang menguntungkan seperti perkiraan keuangan.

Penjualan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi pendapatan suatu perusahaan. Selain modal, besar kecilnya omset yang dihasilkan juga dipengaruhi oleh seberapa baik suatu perusahaan dapat memasarkan produknya. Untuk melakukan hal ini perusahaan harus dapat implementasikan taktik

¹² Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran (Edisi Ke-1)* (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia., 2006).

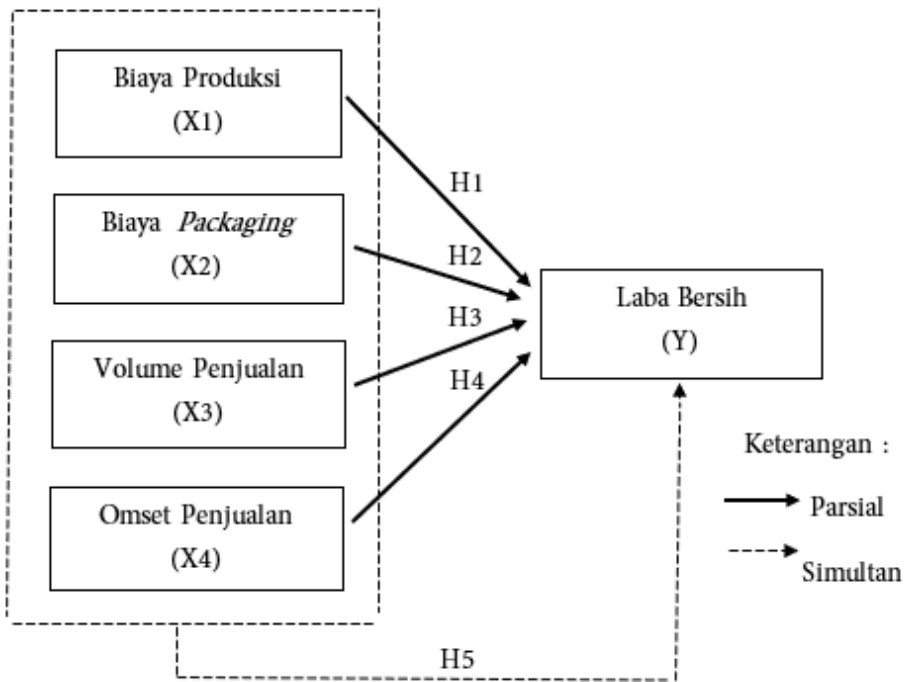
¹³ J. Winardi, *Manajemen Perubahan*, (Jakarta: Prenada Media, 2005)

pemasaran efektif, dan agar dapat meningkatkan penjualan yang tinggi, penjualan yang tinggi juga mempengaruhi keuntungan yang tinggi.

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

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

Berikut ini adalah model kerangka konseptual dalam penelitian:



Gambar I
Kerangka Konseptual

3.8. Hipotesis

Jika biaya produksi meningkat tanpa peningkatan pendapatan yang sebanding, laba bersih akan menurun. Misalnya, kenaikan harga bahan baku atau penurunan efisiensi produksi akan meningkatkan biaya, yang mengurangi profitabilitas. Sebaliknya, dengan mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi,

perusahaan bisa menurunkan biaya per unit produksi dan meningkatkan margin laba. Manajemen biaya produksi yang efektif sangat penting untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi harga pokok produksi, jadi lebih rendah laba bersihnya, lebih tinggi biaya produksi, dan sebaliknya, lebih tinggi laba bersihnya, lebih rendah biaya produksi.

Hal ini mengkonfirmasi temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sembiring dan Siregar,¹⁴ Ambarini¹⁵, serta Pasaribu dan Hasanuh¹⁶ yang menunjukkan hasil jika biaya produksi berdampak kepada laba bersih.

H1: Biaya pengolahan berdampak kepada keuntungan bersih

Jika biaya *packaging* naik tanpa peningkatan harga jual atau volume penjualan yang sebanding, margin laba bisa tertekan, mengurangi laba bersih. Contohnya, biaya tambahan untuk bahan kemasan atau proses pengemasan dapat meningkatkan biaya per unit produk, mengurangi margin keuntungan per unit. Sebaliknya, pengelolaan biaya *packaging* yang efisien dapat meningkatkan laba bersih. Dengan memilih bahan kemasan yang ekonomis namun berkualitas, mengoptimalkan proses pengemasan, atau memanfaatkan diskon pembelian dalam jumlah besar, perusahaan bisa menurunkan biaya per unit.

H2: Biaya *Packaging* berdampak kepada keuntungan bersih

Saat volume penjualan meningkat, asumsi harga jual dan margin laba per unit tetap, total pendapatan juga naik, yang langsung berkontribusi pada kenaikan laba bersih. Sebaliknya, penurunan volume penjualan akan mengakibatkan penurunan total pendapatan dan dapat menyebabkan laba bersih menurun. Penyebab penurunan volume penjualan bisa berupa penurunan permintaan pasar, persaingan yang lebih ketat, atau masalah dengan kualitas produk. Oleh karena itu, menjaga dan meningkatkan volume penjualan sangat krusial untuk kesehatan keuangan perusahaan. Strategi pemasaran yang efektif, peningkatan kualitas produk, dan

¹⁴ Masta Sembiring and Siti Aisyah Siregar, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih," *Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan* 2, no. 3 (2018): 135–140.

¹⁵ Ambarini, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016."

¹⁶ Ester Meafrida Wati Pasaribu and Nanu Hasanuh, "Effect of Production Costs and Operational Costs on Net Income," *Journal of Economic, Business and Accounting* 4 (2021): 2.

penetapan harga yang kompetitif dapat membantu meningkatkan volume penjualan dan laba bersih perusahaan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah lebih memperhatikan penjualan untuk meningkatkan laba bersih, sehingga semakin banyak penjualan, maka keuntungan yang diterima lebih besar. Hal ini mengkonfirmasi temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Naufal,¹⁷ Lisna dan Hambali¹⁸, dan Ambarini¹⁹ yang menunjukkan hasil jika volume penjualan berdampak kepada keuntungan bersih.

H3: Volume Penjualan berdampak kepada keuntungan bersih

Jika omset naik, total pendapatan naik, sehingga laba bersih juga meningkat karena biaya operasional dan tetap dapat ditutupi lebih efisien. Sebaliknya, penurunan omset mengurangi total pendapatan dan dapat menurunkan laba bersih. Untuk menjaga dan meningkatkan laba bersih, perusahaan harus fokus pada strategi peningkatan omset seperti inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, pemasaran efektif, dan penetapan harga kompetitif. Omset yang tinggi dan stabil penting untuk keberlanjutan dan pertumbuhan laba UMKM.

Meningkatnya omset penjualan yang didapatkan, sehingga lebih banyak keuntungan yang diperoleh. Hal ini terjadi karena pendapatan yang tinggi diimbangi dengan pengendalian yang baik, sehingga dapat meningkatkan laba. Hal ini mengkonfirmasi temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ammy²⁰ yang menunjukkan hubungan antara omset penjualan kepada laba bersih.

H4: Omset penjualan berdampak kepada keuntungan bersih

¹⁷ Jawad Abdul Naufals, "PENGARUH MODAL KERJA DAN VOLUME PENJUALAN TERHADAP LABA PERUSAHAAN," *JAD : Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara* 2, no. 2 (2019): 123–130.

¹⁸ Taradiva Lisna and Denny Hambali, "Pengaruh Biaya Produksi , Harga Jual Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Perusahaan Pertambangan Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2017) *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* 05, no. 02 (2020): 41–49.

¹⁹ Ambarini, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016."

²⁰ Baihaqi Ammy, "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating The Effect of Production Costs on Company Net Profit with Sales Volume as a Moderating Variable," *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi)* 2, no. 2 (2021): 314–325.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif ialah metode penyajian data yang mendeskripsikan objek riset yang diperoleh dari angka rerata, angka kecil, besar dan standar deviasi.

Tabel 1

Uji Statistik Deskriptif

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

4.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda pada data adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

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

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Dipaparkan output analisis regresi multivariat, memperoleh persamaan sebagaimana berikut:

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

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar dampak dari satu variabel pemicu secara individu dengan menerangkan variabel respon.

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

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

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Pada output SPSS variabel biaya produksi memperoleh angka t hitung ialah -1,257 dengan angka signifikansi sebanyak 0,216 > 0,05, yang maknanya biaya pengolahan tidak berdampak kepada keuntungan bersih. Variabel biaya *packaging* memperoleh angka t hitung ialah -5.658 dengan angka signifikansi sebanyak 0,000 < 0,05, yang maknanya biaya *packaging* berdampak kepada keuntungan bersih. Variabel volume penjualan memperoleh angka t hitung ialah -2.235 dengan angka signifikansi sebanyak 0,031 < 0,05, yang maknanya volume penjualan berdampak kepada keuntungan bersih. Dan variabel omset penjualan memperoleh angka t hitung ialah 10.648 dengan angka signifikansi sebanyak 0,000 < 0,05, yang maknanya omset penjualan berdampak kepada keuntungan bersih.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ialah angka yang menunjukkan sejauh mana suatu model menerangkan variabel respon. Koefisien determinasi memiliki angka antara 0-1.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 ^a	.852	.837	.09141

a. Predictors: (Constant), Omset Penjualan, Beban Prduksi, Volume Penjualan, Beban Packaging
 b. Dependent Variable: Laba Bersih

Angka koefisien determinasi 0,837 atau 83,7%. Dipaparkan bahwa variabel pemicu memberikan dampak terhadap laba bersih sebanyak 83,7% dan yang tersisa yaitu sebanyak 16,3% didampaki pada variabel lainnya.

4.3. Pembahasan

4.3.1. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih

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

Implikasi teoritis dalam penelitian ini yaitu sesuai dengan *Bad Management Theory* yang menyatakan bahwa manajemen yang buruk sering kali gagal mengelola biaya produksi secara efektif. Hal ini menjadikan hubungan antara biaya produksi dan laba bersih tidak relevan, karena manajemen yang buruk sering kali mengarah pada keputusan yang tidak efisien dan tidak rasional yang merusak kinerja finansial perusahaan²¹. UMKM tersebut mungkin sudah mencapai tingkat efisiensi biaya produksi yang tinggi, sehingga perubahan dalam biaya produksi tidak signifikan memengaruhi laba bersih.

²¹ Wahyudi and Kartikasari, "Analisa Rasio Keuangan Terhadap Profitabilitas Pada Perbankan Yang Terdaftar Di BEI."

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

4.3.2. Pengaruh Biaya *Packaging* Terhadap Laba Bersih

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

Implikasi teoritis penelitian ini sesuai dengan penerapan *agency theory* yang baik dalam pengelolaan biaya *packaging* dapat meningkatkan laba bersih.²² Keputusan pengemasan yang bijak dan pengawasan yang ketat terhadap biaya *packaging* sangat penting untuk memastikan efisiensi dan peningkatan penjualan, yang pada akhirnya berpengaruh positif terhadap laba bersih.²³

Implikasi praktis dalam penelitian ini terutama dalam hal strategi pemasaran dan pengendalian biaya. Pedagang dapat mencari bahan pengemasan yang lebih hemat biaya tanpa mengorbankan kualitas dengan memahami bagaimana biaya pengemasan mempengaruhi keuntungan. Untuk mengurangi biaya tambahan dan menjaga margin keuntungan tetap konstan, harga jual dapat diubah. Selain itu, pedagang harus memperhatikan dalam pengemasan yang lebih menarik dan ramah lingkungan. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik produk dan loyalitas pelanggan serta membuka peluang untuk kampanye pemasaran yang menekankan keunggulan

²² Jensen and Meckling, "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure."

²³ Sangadji Mamang Etta Sopiah, *Kepengjualan*, ed. Ali M. Liane Suryani (Jl. Sawo Raya No.18, Jakarta: PT. Bumi Askara, 2020).

pengemasan. Pengoptimalan ini dapat meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan laba bersih.

HPP (Harga Pokok Penjualan) merupakan komponen penting dalam biaya pengemasan pada pedagang tahu aci, karena kemasan yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.²⁴ Misalnya, jika pedagang memilih untuk menggunakan bahan pengemasan yang lebih baik seperti piti (besek) atau wadah plastik vakum yang lebih higienis dan kuat, biaya per unit produk akan meningkat. Maka dapat diartikan jika biaya pengemasan meningkat tanpa menimbangi harga jual, hal ini dapat menurunkan margin keuntungan. Dengan kata lain, setiap kenaikan biaya pengemasan harus dipikirkan dengan teliti agar HPP tidak terlalu membebani dan laba bersih tidak terpengaruh.

4.3.3. Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil nilai koefisien regresi untuk variabel volume penjualan sebesar -0,415 dengan tingkat signifikansi $0,031 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan penelitian ini menerima hipotesis ketiga, yaitu volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih.

Implikasi teoritis penelitian ini sesuai dengan penerapan *agency theory* yang baik dalam manajemen volume penjualan dapat meningkatkan laba bersih. Strategi pemasaran yang efektif, insentif yang tepat, dan pengawasan yang baik terhadap kinerja penjualan sangat penting untuk meningkatkan volume penjualan sehingga pada akhirnya, meningkatkan laba bersih.²⁵

Implikasi praktis dalam penelitian ini terutama untuk mengawasi strategi penjualan dan efektivitas operasional. Setelah menyadari bahwa peningkatan volume penjualan dapat secara signifikan meningkatkan laba bersih, penjual dapat berkonsentrasi pada taktik yang efektif untuk meningkatkan penjualan, seperti promosi yang lebih agresif, diskon, atau distribusi yang lebih luas untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Selain itu, peningkatan penjualan dapat menghasilkan penghematan skala, di mana produksi dan penjualan tumbuh bersamaan dengan

²⁴ Ika Ariyanti et al., "Cost Of Production Analysis and Break Event Point of Crude Palm Oil Production On PT. Sandabi Indah Lestari," *Agric* 30, no. 1 (2018): 1–14.

²⁵ Ambarini, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016."

biaya per unit, meningkatkan profitabilitas. Dengan menerapkan hasil ini, pedagang dapat belajar tentang merencanakan produksi yang lebih efisien, mengoptimalkan inventaris, dan menjamin pertumbuhan jangka panjang usaha mereka.

4.3.4. Pengaruh Omset Penjualan Terhadap Laba Bersih

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

Implikasi teoritis penelitian ini sesuai dengan penerapan *agency theory* yang baik dalam pengelolaan omset penjualan dapat meningkatkan laba bersih²⁶. Misalnya, agen harus menerapkan strategi yang efektif untuk meningkatkan omset, seperti promosi yang menarik, peningkatan kualitas produk, dan perluasan pasar.

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

Omset penjualan adalah total pendapatan yang diperoleh dari penjualan tahu aci. Peningkatan omset langsung meningkatkan pendapatan bisnis. Jika biaya tetap dan biaya variabel terkendali, peningkatan pendapatan ini akan langsung berkontribusi pada peningkatan laba bersih.

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

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa biaya produksi, biaya *packaging*, volume penjualan dan omset penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap laba bersih. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji analisis

²⁶ Jensen and Meckling, "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure."

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

Secara teoritis, biaya produksi yang efisien dan pengendalian biaya packaging dapat meningkatkan laba bersih UMKM pedagang tahu Aci dengan meningkatkan margin keuntungan mereka. Peningkatan volume dan omset penjualan dapat memberikan skala ekonomi yang lebih baik, yang pada gilirannya dapat mengurangi biaya produksi per unit, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan laba bersih. Namun, pengelolaan biaya produksi dan biaya packaging harus seimbang dengan strategi penetapan harga yang tepat dan pemahaman pasar untuk memastikan keuntungan yang optimal.²⁷

5. KESIMPULAN

Sehubungan dengan pengolahan dan analisis data pengujian yang telah diselesaikan, penulis dapat membuat kesimpulan sebagai berikut: 1) Beban Produksi tidak berdampak kepada laba bersih pada UMKM penjual tahu aci di Ds Karangmangu, Kec Tarub, Kab Tegal Tahun 2023. 2) Beban *Packaging* berdampak kepada laba bersih pada UMKM penjual tahu aci di Ds Karangmangu, Kec Tarub, Kab Tegal Tahun 2023. 3) Volume Penjualan berdampak kepada laba bersih pada UMKM penjual tahu aci di Ds Karangmangu, Kec Tarub, Kab Tegal Tahun 2023. 4) Omset Penjualan berdampak kepada laba bersih pada UMKM penjual tahu aci di Ds Karangmangu, Kec Tarub, Kab Tegal Tahun 2023. 5) Beban Produksi, Beban *Packaging*, Volume Penjualan dan Omset Penjualan berdampak secara simultan kepada laba bersih pada UMKM penjual tahu aci di Ds Karangmangu, Kec Tarub, Kab Tegal Tahun 2023.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa Al-Farabi sebagai seorang filsuf memiliki teori estetika musik multidimensional yang setidaknya memiliki beberapa gagasan penting: (1) musik tersusun dalam bentuk nada yang membentuk harmoni; (2) musik

²⁷ Alma Maharani Putri and Willy Sri Yuliandhari, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018," *e-Proceeding of Management* 7, no. 2 (2020): 2760–2767.

memiliki nilai sebagai instrumen sosial dan moral (3) musik memiliki dimensi sains pikiran yang dekat dengan dimensi psikologi dan tidak hanya dilihat sebagai seni saja, tapi juga ilmu pengetahuan.

Menurut kesimpulan tersebut, maka penulis memberikan saran: 1) Bagi pemilik UMKM pedagang tahu aci dalam mempertahankan atau meningkatkan kualitas produk, dan bersaing di pasar, perlu dilakukan tindakan untuk mengurangi biaya produksi dan menghindari pemborosan biaya yang terkait dengan pembuatan. Ini akan secara otomatis meningkatkan volume penjualan dan laba bersih. 2) Bagi pelanggan dapat memastikan membeli tahu aci dari penjual yang sudah terpercaya dan memiliki reputasi baik, untuk menjamin kualitas dan kebersihan produk yang dikonsumsi. 3) Bagi periset selanjutnya diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi dan melakukan kajian lebih lanjut dengan menambahkan jumlah variabel yang diperkirakan mempunyai pengaruh terhadap laba bersih. Dan untuk menambah jumlah sampel dan data yang dipakai dalam riset, perlu juga memperluas target penelitian dan periode observasi. []

REFERENCES

- Ambarini, Maulidya Masputri. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016." *International Journal on Economics, Finance and Sustainable Development (IJEFS)* 2, no. 4 (2020): 49–56.
- Ammy, Baihaqi. "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating the Effect of Production Costs on Company Net Profit with Sales Volume as a Moderating Variable." *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi)* 2, no. 2 (2021): 314–325.
- Anthony & Govindarajan. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Tangerang: Kharisma Publishing Group, 2011.
- Ariyanti, Ika, Bambang Sumantri, Sriyoto Sriyoto, and Eko Sumartono. "Cost Of Production Analysis and Break Event Point of Crude Palm Oil Production on PT. Sandabi Indah Lestari." *Agric* 30, no. 1 (2018): 1–14.
- Hery. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan ke. jakarta: PT. Grasindo, 2017.
- Jawad Abdul Naufals. "PENGARUH MODAL KERJA DAN VOLUME PENJUALAN TERHADAP LABA PERUSAHAAN." *JAD: Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara* 2, no. 2 (2019): 123–130.
- Jensen, Michael, and William Meckling. "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure." *The Economic Nature of the Firm: A Reader, Third Edition* (1976): 283–303.
- Jumingan, Drs. "Analisis Laporan Keuangan." *Jakarta: PT. Bumi Aksara* (2006).
- Kotler Philip. *Manajemen Pemasaran (Edisi Ke-1)*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2006.
- Lisna, Taradiva, and Denny Hambali. "Pengaruh Biaya Produksi, Harga Jual Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Perusahaan Pertambangan Batubara Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014

– 2017) *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* 05, no. 02 (2020): 41–49.

Marina, and Fatmawati. “Strategi Pengembangan UKM Melalui Peningkatan Modal Kerja Dengan Variabel Intervening Pengembangan Bisnis Pada UKM Makanan Kecil Di Kota Semarang.” *Prosiding Seminat Nasional* (2016): 207–216.

Mulyadi. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: UPP STIM YKPM, 2012.

Pasaribu, Ester Meafrida Wati, and Nanu Hasanuh. “Effect of Production Costs and Operational Costs on Net Income.”: *Journal of Economic, Business and Accounting* 4 (2021): 2.

Putri, Alma Maharani, and Willy Sri Yuliandhari. “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018.” *e-Proceeding of Management* 7, no. 2 (2020): 2760–2767.

Sembiring, Masta, and Siti Aisyah Siregar. “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih.” *Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan* 2, no. 3 (2018): 135–140.

Sopiah, Sangadji Mamang Etta. *Kepengjualan*. Edited by Ali M. Liane Suryani. Jl. Sawo Raya No.18, Jakarta: PT. Bumi Askara, 2020.

Suardjono. *Perekayasaan Pelaporan Keuangan (Buku Keempat)*. Yogyakarta: BPFE, 2008.

Wahyudi, Catur, and Maulida Dwi Kartikasari. “Analisa Rasio Keuangan Terhadap Profitabilitas Pada Perbankan Yang Terdaftar Di BEI.” *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi* 13, no. 1 (2021): 124–138.

Winardi, J. *Manajemen Perubahan*. Cetakan ke. Jakarta: Prenada Media, 2005.