

ANALISIS BIAYA OPERASIONAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN PADA UMKM KULINER DI SIDOARJO

Krisila Arini Hikmah^{1*}

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia
krisilaarinihikmah@gmail.com

*Corresponding author

Supardi²

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia,
supardi@umsida.ac.id

Rizky Eka Febriansah³

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia,
rizkyfebriyanzah@umsida.ac.id

Abstract

Background – Currently, many Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary sector are seeking to capitalize on the widespread appreciation for regional products that are embedded in the cultural fabric of Indonesian society. Likewise, in the Sidoarjo area, a multitude of culinary MSME owners are trying to attract consumers by offering products that offer typical flavors native to their respective regions.

Aim – The aim of this research is to determine operational cost tests, price tests and product quality tests to increase the income of MSMEs

Design / methodology / approach – This research method 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 research sample respondents, namely culinary MSMEs in Sidoarjo, with each variable measured using certain statement items.

Findings – The findings of this research indicate that culinary MSMEs in Sidoarjo need to focus more on pricing strategies and improving product quality to increase their income. Operational cost efficiency does not necessarily contribute significantly to increasing revenue, possibly because human resources are an obstacle. This research provides important insights for MSME players and stakeholders in formulating effective business strategies, by emphasizing the importance of price and product quality in influencing income.

Conclusion - The three variables studied were Operational Costs (X1), Price (X2), and Product Quality (X3), only the Price and Product Quality variables showed a positive and significant impact on Income Increase (Y) among culinary MSME actors in Sidoarjo.

Research Implication – This research was carried out to determine whether operational costs incurred could be more effective and have a positive impact on productivity and income.

Limitations – Limitations This research only involved the Sidoarjo area

Diterima : 22 Juni 2024

Direview : 19 Juli 2024

Direvisi : 2 Agustus 2024

Disetujui : 17 September 2024

Keyword : Operational Costs, Prices, Product Quality, and Increased Revenue



Abstrak

Latar Belakang - 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

Tujuan - Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui uji biaya operasional, uji harga terhadap, uji kualitas produk terhadap peningkatan pendapatan pelaku umkm

Desain / Metodologi / Pendekatan - Metode 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.

Temuan - Temuan penelitian 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.

Kesimpulan - Tiga variabel yang diteliti Biaya Operasional (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Produk (X_3), hanya variabel Harga dan Kualitas Produk menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan (Y) di kalangan pelaku UMKM kuliner di Sidoarjo

Implikasi Penelitian - Dilakukan penelitian ini untuk mengetahui biaya operasional yang dikeluarkan dapat lebih efektif dan berdampak positif pada produktivitas dan pendapatannya.

Batasan Penelitian - Keterbatasan Penelitian ini melibatkan hanya di wilayah Sidoarjo

Kata Kunci : Biaya Operasional, Harga, Kualitas Produk dan Peningkatan Pendapatan

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, kita harus memahami bahwa pembangunan ekonomi semakin pesat. Setiap pengusaha belomba 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 (Sularsih, 2022). 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. (Gustina et al., 2022).

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 (Purnama, 2022). 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 keberlangsung serta stabilitas perusahaan tersebut (Fauzan et al., 2020). 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 (Aldy, 2013).

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 Kabupaten Sidoarjo secara konsisten menunjukkan pertumbuhan. (Purnaningrum, et al. 2021) 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 (Pratama et al, 2023). Salah satu permasalahan UMKM kuliner di

Sidoarjo adalah tidak berkembangnya suatu usaha di Sidoarjo karena tidak berkembangnya suatu pendapatan dalam UMKM. muncul pertanyaan apakah UMKM di Sidoarjo 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 pendapatan. 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

(Plutzer, 2021). Research gap pada penelitian ini adalah dalam peningkatan pendapatan pelaku UMKM mempertimbangkan berbagai faktor. Faktor-faktor tersebut di antaranya biaya operasional, harga dan kualitas produk, harga dan kualitas produk adalah hal yang penting untuk diteliti karena berkaitan langsung dengan konsumen karena seringkali konsumen tidak puas dengan harga dan kualitas produk yang dimiliki UMKM yang akhirnya membuat UMKM tersebut mengalami penurunan pendapatan (Sularsih, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh analisis biaya operasional, harga dan kualitas produk terhadap tingkat pendapatan. Sebelumnya telah dilakukan penelitian pengaruh biaya operasional, harga, dan kualitas produk.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati & Kosasih, 2020) menunjukkan bahwa biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan, sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh (Jeanne Clarisa Wetik, 2019) bahwa biaya operasional berpengaruh negatif terhadap peningkatan pendapatan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Triwidatin et al., 2022) menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi dapat berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan pada suatu perusahaan. Sementara penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Marsepa, 2021) kenaikan harga dapat berpengaruh negatif terhadap peningkatan pendapatan.

Kemudian dalam penelitian (Mu'tashim & Slamet, 2020) kualitas produk berpengaruh positif dan

signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Syahputra et al., 2022) kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial serta Signifikan terhadap Pendapatan UMKM Akan tetapi pada penelitian diatas banyak yang berfokus menggunakan dua variabel harga dan kualitas produk saja dan dilakukan pada lokasi di atau objek yang berbeda.

Tabel 1
Data Jumlah UMKM di Sidoarjo

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

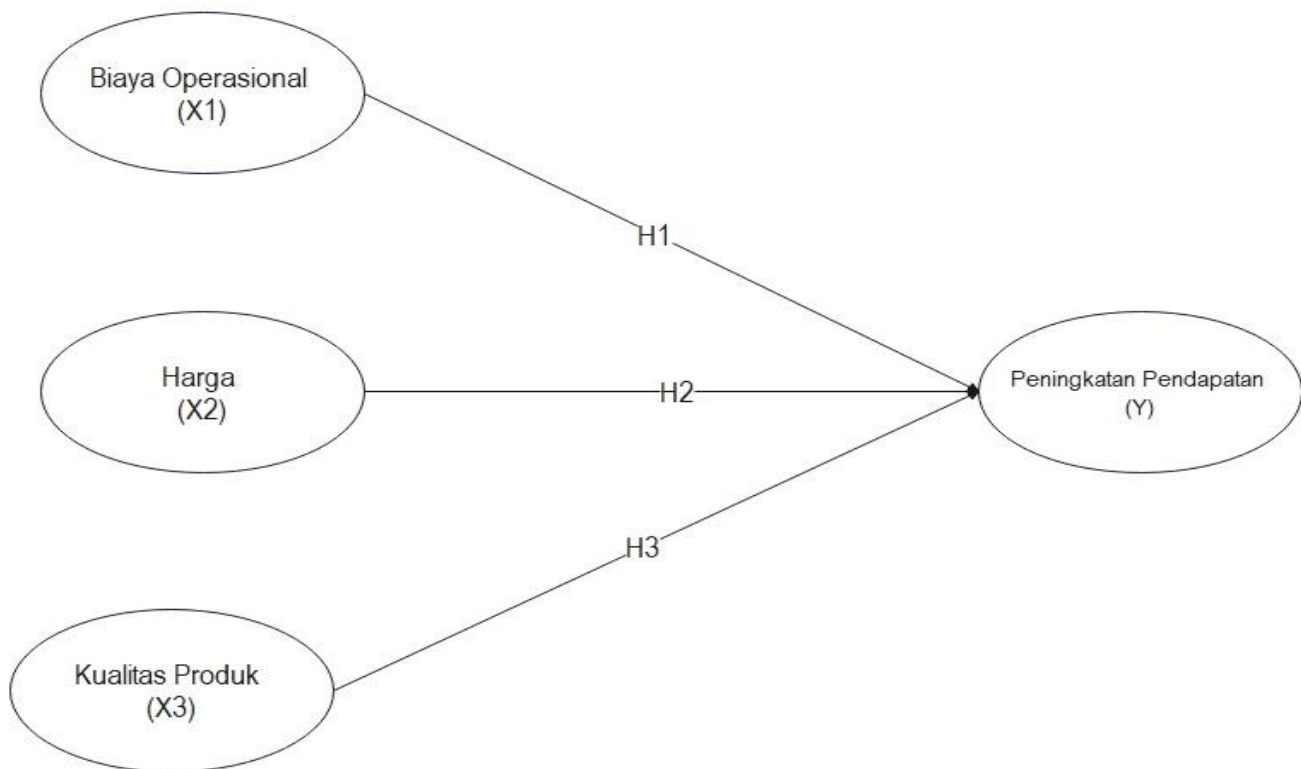
TINJAUAN PUSTAKA

Biaya operasional merupakan biaya yang menunjukkan tingkat efisiensi manajemen perusahaan. Beban penjualan dan administrasi perusahaan berkaitan dengan pekerjaan yang dilakukan karyawan. Biaya operasional terdiri dari dua bagian, biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum Maryana & Febriliani, 2021. Biaya operasional juga menjadi faktor yang mempengaruhi besarnya keuntungan yang dicapai oleh suatu umkm. (Tahulending & Rondonuwu 2022) Biaya operasional adalah pengeluaran yang tidak terkait langsung dengan barang atau jasa yang diproduksi oleh usaha kecil dan menengah (UKM) melainkan terkait langsung dengan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut.

Besarnya biaya yang ditanggung oleh UKM berdampak langsung pada perhitungan laba bersih atau kerugian yang dicapai UKM pada akhir setiap periode fiskal. Harga merupakan salah satu faktor pemasaran yang harus dievaluasi oleh para pengelola usaha karena berpengaruh langsung terhadap

volume penjualan dan keuntungan yang dihasilkan suatu usaha Sani et al., 2022. Harga merupakan variabel yang secara langsung mempengaruhi keuntungan suatu perusahaan. Harga juga secara tidak langsung mempengaruhi biaya. Hal ini disebabkan oleh pengaruh produk yang terjual dan efisiensi produksi terhadap biaya yang dikeluarkan Firdaus et al., 2022. Kualitas produk merupakan makna nilai sebagaimana produk dinilai oleh pelanggan. Jika suatu jasa atau produk umkm memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, maka kita dapat menyimpulkan bahwa umkm telah memberikan kualitas produknya yang terbaik Anggraeni & Soliha, 2020.

Kualitas produk merupakan ukuran ketahanan suatu produk dan ditentukan oleh awetnya suatu produk, termasuk ketahanan produk, keandalan, keakuratan produk, dan kemudahan penggunaan Febrida et al., 2020. seperti melakukan pemeliharaan dan tugas penting lainnya. Kualitas produk dalam kaitannya dengan barang atau jasa harus ditentukan berdasarkan aspek-aspek tersebut, termasuk aspek kualitas produk.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODOLOGI PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah 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. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pelaku UMKM kuliner di Sidoarjo yang masih aktif melakukan penjualan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dan teknik

incidental sampling, jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan jumlah 100 responden.

Sumber data untuk penelitian ini mencakup data primer dan sekunder, 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 *component based predictive model*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

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. 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 manifestnya ditentukan dengan menguji model pengukuran (*outer model*) yang meliputi validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas. Validitas konvergen dilihat dari nilai

korelasi suatu indikator lebih dari 0,60, maka dianggap dapat diandalkan (*reliable*). 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. Berdasarkan

Tabel 1 Hasil Outer Loading, 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.

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

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. Berdasarkan tabel 3 Hasil Uji Realibilitas, menunjukkan hasil bahwa semua variabel telah memiliki nilai diatas 0,7 dan dianggap telah memenuhi syarat realibilitas konsistensi internal.

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.

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. Berdasarkan tabel 4 Path Coefficient, terdapat hubungan positif antar variabel, dengan nilai lebih dari 0, artinya jika setiap variable independent naik satu satuan, maka variabel dependen yang dipengaruhi juga akan naik satu satuan.

Koefisien determinasi (R^2) menjelaskan, sebagian atau bersamaan, perubahan variabel dependen. 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. Berdasarkan tabel 5, 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 semua variabel pada akhirnya memiliki hubungan atau pengaruh secara statistik, seperti yang di hipotesiskan sebelumnya, atau mungkin juga menentang hipotesis tersebut. 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.

Berdasarkan tabel 6 Path Coefficients, 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 H_1 tidak diterima.

Pada variabel 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 H_2 diterima.

Variabel 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 H_3 diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel biaya operasional, menunjukkan biaya operasional terhadap peningkatan pendapatan

tidak pengaruh 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 Jeanne Clarisa Wetik (2019) bahwa biaya operasional berpengaruh negatif terhadap peningkatan pendapatan. Namun tidak sejalan dengan penelitian dilakukan oleh

Rahmawati & Kosasih (2020) 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.

Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel harga (X_2) menunjukkan variabel harga terhadap peningkatan pendapatan memiliki pengaruh yang positif, ditunjukkan dengan nilai original sampel 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 menggaris bawahi pentingnya melakukan analisis pasar menyeluruh dan mengadopsi pendekatan penetapan harga yang dapat disesuaikan dan selaras dengan fluktuasi di pasar. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Triwidatin *et al.*, 2022 menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi dapat berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan pada suatu perusahaan. Sementara penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Marsepa, 2021) 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.

Berdasarkan hasil pengujian terhadap variabel kualitas produk (X_3) 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 (Mu'tashim & Slamet, 2020) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Syahputra *et al.*, 2022) 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.

Tabel 1
 Hasil Outer Loading dengan SmartPLS

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

Sumber : Olah data SmartPLS 3.0, 2024

Tabel 2
 Discriminant Validity

Variabel	Biaya Operasioanal	Harga	Kualitas Produk	Peningkatan Pendapatan	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Biaya Operasional	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

Sumber : Olah data SmartPLS 3.0, 2024

Tabel 3
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Rho_A	Reliabilitas Komposit
Biaya Operasional	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

Sumber : Olah data SmartPLS 3.0, 2024

Tabel 4
Path Coefficient

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

Sumber : Olah data SmartPLS 3.0, 2024

Tabel 5
Path Determination (R²)

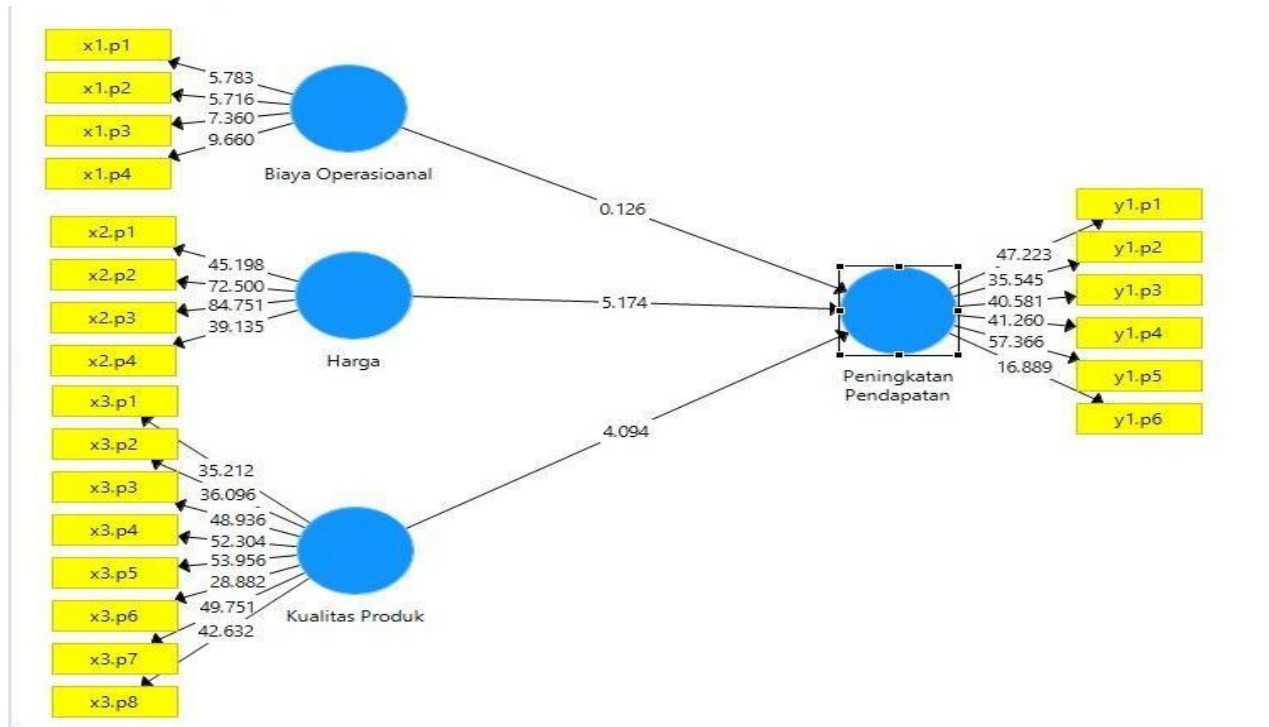
Variabel	R Square	Adjusted R Square
Peningkatan Pendapatan	0.916	0.914

Sumber : Olah data SmartPLS 3.0, 2024

Tabel 6
Path Coefficients (Pengaruh Langsung)

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

Sumber : Olah data SmartPLS 3.0, 2024



Sumber : Olah data SmartPLS 3.0, 2024

Gambar 2. Bootstraping

KESIMPULAN

Penelitian menyimpulkan bahwa di antara tiga variabel yang diteliti Biaya Operasional (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Produk (X_3), hanya variabel Harga dan Kualitas Produk menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan (Y) di kalangan pelaku UMKM kuliner di Sidoarjo.

Biaya Operasional 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 Menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan, dengan koefisien korelasi 0,538. Strategi penetapan harga memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan UMKM, menggaris bawahi 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, 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.

IMPLIKASI PENELITIAN

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.

ACKNOWLEDGEMENT

Ucapan terima kasih diberikan kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo beserta Jajarannya atas terbentuknya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldy dwi mulyana. (2013). M. Deva Sutarno. 2021 Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian UMKM (Studi Kasus UMKM Kuliner Cisauk Corner Kabupaten Tangerang). *Journal Information*, 2(30), 1–17.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96.
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Dewi, M. O., & Marsepa, E. (2021). Jusuf, Jopie. 2008. Analisis Kredit untuk Account Officer. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. *Nusantara Hasana Journal*, 1(7), 33–37.
- Fauzan Haqiqi, Rahma Dewi Susanti, & Ferawati. (2020). Analisis Pengaruh Pemberian Modal Kerja Dan Biaya Produksi Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kecil Menengah Di Desa Pongkar Kecamatan Tebing Kabupaten Karimun (Tahun 2014 – 2018). *Jurnal Cafetaria*, 1(1), 63–72.
<https://doi.org/10.51742/akuntansi.v1i1.54>

- Febrida, A., Ridwan, D. H., & Nastiti, D. H. (2020). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Thai Tea Pada Generasi Millennial. *Jurnal Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1, 500–513.
- Firdaus, I. Z., Purwoko, P., & Setyawan, R. R. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi Dan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1466–1478. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2491>
- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1),153.
- Jeanne Clarisa Wetik, W. (2019). Pengaruh Pendapatan Usaha Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Survey Pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Kinabalu*, 11(2), 50–57.
- Maryana, D., & Febriliani, A. S. (2021). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2013-2020. *Jurnal Akuntansi*, 14(2), 42–56.
- Mu'tashim, M. I., & Slamet, A. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Bogor). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 10(2), 118–132. <https://doi.org/10.29244/jmo.v10i2.30131>
- Plutzer, M. B. B. and E. (2021). No Pengaruh Payment Gateway, Literasi Keuangan Motivasi dan Locus Of Control Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kota Sidoarjo Title, 6.
- Pratama, F. A., Ramadhani, L., Dewi, L., Muzdalifah, L., Manajemen, P., Ekonomi, F., Sidoarjo, U. (2023). Pengembangan Umkm Sidoarjo Sufyah Craft Aksesoris Melalui E- Commerce, 1(5), 475–480.
- Purnama, N. I., Harahap, S. H., & Siregar, D. S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Ompu Gende Coffee. *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 18–24. <https://doi.org/10.59086/jam.v1i1.4>
- Purnaningrum, E., Dwiarta, I. M. B., Aripriabowo, T., Waryanto, R. B. D., & Prasetyo, A. (2021). Pemberdayaan UMKM Disabilitas Trenggalek untuk Peningkatan Pendapatan Pasca Pandemi melalui Upgrading Sosial Media. *Ekobis Abdimas Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 94–99. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.2.2.4858>
- Rahmawati, L., & Kosasih. (2020). Sub Sektor Logam Dan Sejenisnya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018, 5(4), 834–844.

- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Sularsih Prodi Akuntansi, H., & Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol, S. (2022). Transformasi digital dan financial technology terhadap peningkatan pendapatan umkm dimasa pandemi Covid-19 di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(3), 2085–1960.
- Syahputra, A., Ervina, E., & Melisa, M. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan UMKM. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 183–198.
<https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3498>
- Tahulending, M., & Rondonuwu, S. N. (2022). Analisis Pengendalian Biaya Operasional Terhadap Peningkatan Laba Pada CV. Kombos Tendeand Manado. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 6(1), 543–554.
- Triwidatin, Y., Jamaludin, A., Afif, M. N., & Hurriyaturrohman, H. (2022). Pengaruh Penetapan Harga Pokok Produksi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Akunida*, 8(1), 65–75. <https://doi.org/10.30997/jakd.v8i1.4872>