

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian Indonesia saat ini secara tidak langsung mendorong persaingan bisnis di berbagai industri, salah satunya adalah sektor makanan dan minuman yang skala usahanya beragam dari besar, menengah hingga kecil. Sektor makanan dan minuman merupakan sektor unggulan dalam pertumbuhan ekonomi dan banyak menyerap tenaga kerja. Dengan, adanya UMKM di Indonesia dapat mengurangi pengangguran yang diakibatkan tidak terserapnya angkatan kerja dalam dunia kerja. Peran UMKM yang begitu penting bagi perekonomian Indonesia membuat Pemerintah Indonesia terus berupaya mendukung UMKM untuk terus maju.

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. (Pemerintah, 2021) Untuk mengetahui suatu UMKM tersebut termasuk kategori usaha mikro, usaha kecil atau usaha menengah, maka UMKM dikelompokkan kedalam beberapa kriteria yaitu berdasarkan modal usaha atau hasil penjualan tahunan sebagai berikut:

Tabel 1. 1

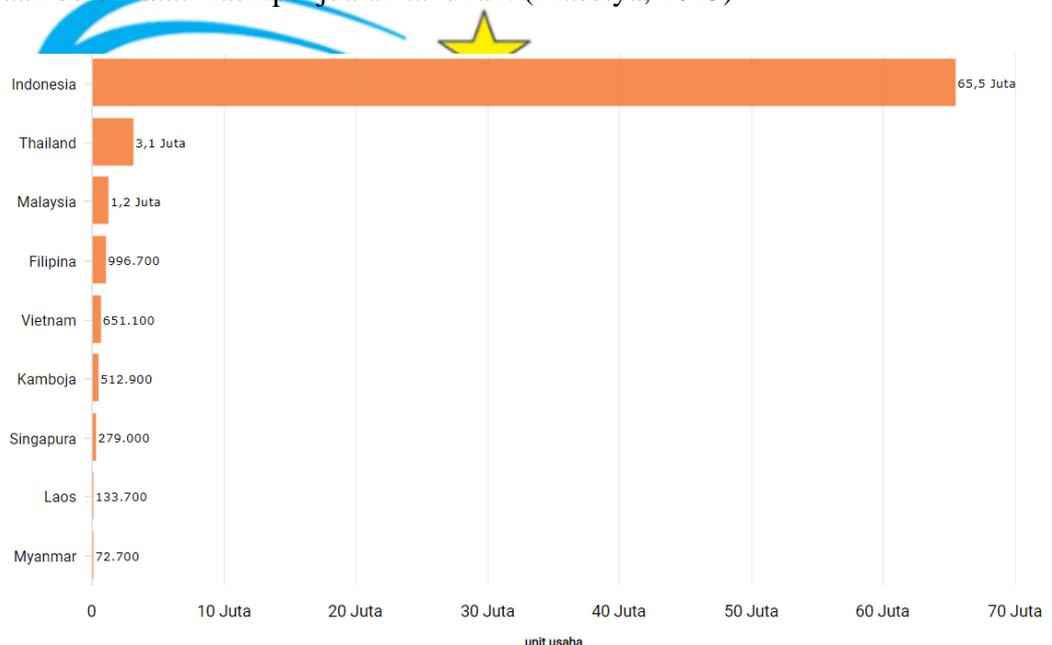
Kriteria UMKM Berdasarkan Modal Usaha atau Hasil Penjualan Tahunan

Kategori	Modal Usaha	Hasil Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	s.d. Rp1.000.000.000,00.	s.d. Rp2.000.000.000,00.
Usaha Kecil	Lebih dari Rp1.000.000.000,00 s.d. Rp5.000.000.000,00.	lebih dari Rp2.000.000.000,00 s.d. Rp15.000.000.000,00.
Usaha Menengah	lebih dari Rp5.000.000.000,00 s.d. Rp10.000.000.000,00.	lebih dari Rp15.000.000.000,00 s.d. Rp50.000.000.000,00

* Ket : Modal usaha tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Sumber: *Kementrian Keuangan Republik Indonesia, 2023*

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. (Prasetya, 2023)



Gambar 1. 1

Jumlah UMKM di Negara ASEAN Tahun 2021

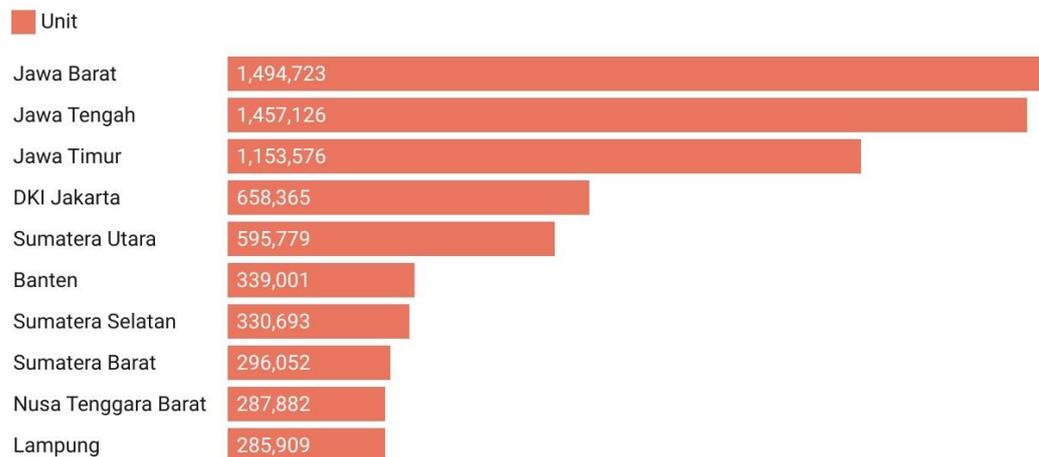
Sumber: *Databooks*, 2022

UMKM merupakan salah satu sektor yang terus memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Menurut *ASEAN Investment Report* yang dirilis September 2022, Indonesia memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terbanyak di kawasan ASEAN. Jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2021 mencapai sekitar 65,5 juta unit. Jumlah ini mengalami kenaikan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebesar 64,2 juta UMKM.

Jumlah ini jauh lebih tinggi dibanding negara-negara tetangga seperti terlihat pada grafik. (Ahdiat, 2022)

Jumlah UMKM di Indonesia Sepanjang 2022

*Berdasarkan Provinsi



Gambar 1. 2

Jumlah UMKM di Indonesia Berdasarkan Provinsi Sepanjang 2022

Sumber: *Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, 2022*

Berdasarkan data yang di rilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM) sepanjang 2022 UMKM di Indonesia. Jawa Barat menempati posisi pertama UMKM terbanyak dengan jumlah 1,49 juta unit usaha. Posisi kedua ditempati oleh Jawa Tengah dengan jumlah 1,45 juta unit usaha. Posisi ketiga ditempati oleh Jawa Timur dengan jumlah 1,1 juta unit usaha. Sementara Posisi terakhir ditempati oleh Papua dengan jumlah 3,9 ribu unit usaha. UMKM terus menghadapi berbagai kesulitan dan hambatan dalam menghadapi persaingan salah satunya pada aspek pendapatan yang diperoleh. Kesulitan dan hambatan yang dihadapi oleh pengusaha UMKM dalam meningkatkan kinerja usahanya dari aspek pendapatan karena biaya produksi yang tinggi dan sulitnya menetapkan harga jual.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pendapatan merupakan hasil kerja (Usaha dan Sebagainya). Sedangkan dalam kamus manajemen, pendapatan merupakan uang yang diterima oleh individu, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, biaya dan laba.

Pendapatan merupakan sejumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari kegiatan yang dilakukannya. Sebagian besar kegiatan tersebut adalah penjualan produk atau penjualan jasa. Tidak hanya hasil dari penjualan, pendapatan perusahaan bisa juga berasal dari bunga, dividen, dan royalti serta aset perusahaan yang digunakan pihak ketiga. Pendapatan menentukan laba atau ruginya pelaku usaha, semua diperoleh dengan menyeimbangkan antara pendapatan dengan biaya produksi atau beban yang digunakan untuk semua pendapatan.

Pendapatan dapat digunakan untuk mengukur nilai keberhasilan dan menentukan keberlangsungan suatu perusahaan. Pelaku usaha (perorangan dan perusahaan), sering menghadapi masalah pendapatan. Salah satunya adalah pengusaha semprong. Persaingan untuk menjalankan bisnis semprong sangat ketat. Pendapatan yang diperoleh ditentukan oleh harga jual dan penjualan. Dalam hal ini faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pengusaha meliputi biaya produksi dan harga jual. Fluktuasi pendapatan dari penjualan sorabi hijau disebabkan oleh fluktuasi biaya produksi terutama biaya bahan baku. Hal tersebut mengakibatkan penurunan penjualan yang berdampak pada pendapatan UMKM Semprong Kerucut Amoundy Karawang.

Biaya produksi merupakan biaya yang berhubungan dengan proses produksi. Pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang siap jual merupakan bagian dari fungsi produksi. Biaya produksi, termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, dikeluarkan selama kegiatan pengolahan bahan baku yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk. Bahan baku dibagi menjadi dua jenis yaitu bahan baku langsung dan bahan baku tidak langsung. Bahan baku langsung merupakan bahan-bahan yang dapat dengan mudah dan akurat ditelusuri hingga menjadi produk jadi yang siap jual. Contoh: Tepung, telur, mentega dll. Bahan baku tidak langsung adalah bahan yang tidak dapat dengan mudah dan akurat ditelusuri ke produk jadi dan siap jual. Contoh: fermipan, garam dll.

Biaya produksi tersebut menentukan harga jual suatu produk atau jasa yang nantinya akan mempengaruhi laba yang diperoleh. Sebelum menetapkan harga jual, bagian pembelian harus menghitung perkiraan harga bahan baku dan menetapkan harga standar sebagai harga patokan, sehingga harga jual yang diusulkan menjadi

harga yang wajar. Pembelian bahan baku dengan harga yang terlalu mahal dapat mengakibatkan biaya produksi meningkat sehingga yang mengurangi keuntungan perusahaan. Sebaliknya membeli bahan baku dengan harga yang terlalu murah sekalipun menguntungkan bagi perusahaan akan menimbulkan masalah di kemudian hari, yaitu apabila harga beli tiba-tiba naik maka perusahaan akan sulit menetapkan harga beli dan standar penjualan. Selain biaya produksi, harga jual juga menjadi faktor yang mempengaruhi pendapatan.

Harga jual suatu produk ditentukan dari biaya produksi, jika perhitungan biaya produksi tidak tepat maka akan mempengaruhi penentuan harga jual produk yang tidak tepat juga. Misalnya harga pokok produksi tinggi, maka akan menghasilkan penentuan harga jual yang tinggi pula, akibatnya suatu produk tidak mampu bersaing di pasar. Begitu juga sebaliknya, jika perhitungan biaya produksi rendah maka akan menghasilkan penentuan biaya produksi yang rendah pula akibatnya perusahaan tidak mencapai laba yang maksimal walaupun harga jual dapat bersaing di pasar.

Harga jual merupakan hal yang penting, harga merupakan komponen utama kepuasan konsumen, dan harga merupakan nilai produk yang dirasakan oleh konsumen. Penentuan harga jual suatu produk memerlukan pertimbangan yang komprehensif dari berbagai faktor, mulai dari biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan oleh perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing dan kondisi ekonomi. Kebijakan dan penetapan harga jual produk dapat berubah secara konstan karena biaya produk dan kondisi pasar. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam memproduksi beberapa produk dalam jangka waktu tertentu digunakan sebagai dasar untuk menentukan harga jual produk tersebut. Harga jual yang stagnan membuat pengusaha dihadapan pada pilihan yang sulit, antara menjual dengan harga lebih rendah dan berpotensi merugi karena biaya produksi yang lebih tinggi atau menaikkan harga jual tetapi mengurangi permintaan konsumen.

Harga jual ditentukan oleh *fixed cost* dan *variable cost*. Biaya tetap (*fixed cost*) merupakan biaya yang tidak dipengaruhi oleh jumlah barang. Biasanya, biaya tetap ini berasal dari asuransi, pajak bangunan, dan sewa. Biaya tidak tetap (*variable cost*) merupakan biaya yang dapat berubah. Variabel ini berdasarkan

produksi dan penjualan barang. Biaya variabel lainnya berasal dari harga bahan baku, biaya operasional, dan gaji tenaga kerja. Jika biaya variabel naik dan turun maka akan mempengaruhi produksi.

Selama ini pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan tidak mengetahui margin aman penurunan penjualan untuk menghindari kerugian atau bagaimana memprediksi pendapatan di masa depan. Salah satu upaya yang penting bagi pengusaha kuliner agar dapat berkembang dan sukses dalam usaha adalah para pengusaha ini mampu menerapkan strategis yang tepat dalam menjalankan usahanya, seperti penentuan harga jual dan perbedaan lokasi penjualan yang tepat.

Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya usaha kuliner yang bermunculan di Karawang, baik yang menempati lokasi pasar tradisional maupun modern. Salah satunya UMKM Semprong Amoundy yang bergerak dalam industri kuliner khas Karawang adalah Semprong Kerucut Amoundy milik Bpk. Andy yang berdiri sejak 2005. Lokasi usahanya di Jln. Ajun Kaler, RT/RW. 12/13, Kel. Karawang Kulon, Kec. Karawang Barat, Kab. Karawang, Prov. Jawa Barat, 41311. Berdirinya usaha ini juga bertujuan untuk membuka lapangan pekerjaan di lingkungan sekitar tempat beliau tinggal, agar pengangguran yang ada menurun dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Karawang. Semprong kerucut dikemas dalam 3 (tiga) ukuran yaitu besar, sedang dan kecil. Untuk ukuran besar dibandrol dengan harga Rp. 130.000 isi 180 pcs. Sedang Rp. 65.000 isi 80 pcs dan kecil Rp. 46.000 isi 50 pcs.

Berikut pada Tabel 1.2 dan Tabel 1.3 Data Penjualan UMKM Periode 2021-2022:

Tabel 1. 2

Data Penjualan UMKM Semprong Amoundy Tahun 2021

Penjualan Semprong Amoundy Tahun 2021					
Bulan	Produk	Harga Per Dus	Terjual Per Dus	Jumlah	Total Pendapatan
Januari	Besar	Rp 100,000	1000	Rp 100,000,000	Rp 288,000,000
	Sedang	Rp 50,000	2185	Rp 109,250,000	
	Kecil	Rp 35,000	2250	Rp 78,750,000	
Februari	Besar	Rp 100,000	1000	Rp 100,000,000	Rp 288,750,000
	Sedang	Rp 50,000	2200	Rp 110,000,000	
	Kecil	Rp 35,000	2250	Rp 78,750,000	
Maret	Besar	Rp 100,000	1010	Rp 101,000,000	Rp 291,000,000
	Sedang	Rp 50,000	2225	Rp 111,250,000	
	Kecil	Rp 35,000	2250	Rp 78,750,000	
April	Besar	Rp 100,000	1200	Rp 120,000,000	Rp 309,000,000
	Sedang	Rp 50,000	2100	Rp 105,000,000	
	Kecil	Rp 35,000	2400	Rp 84,000,000	
Mei	Besar	Rp 100,000	955	Rp 95,500,000	Rp 270,750,000
	Sedang	Rp 50,000	2035	Rp 101,750,000	
	Kecil	Rp 35,000	2100	Rp 73,500,000	
Juni	Besar	Rp 100,000	955	Rp 95,500,000	Rp 270,750,000
	Sedang	Rp 50,000	2035	Rp 101,750,000	
	Kecil	Rp 35,000	2100	Rp 73,500,000	
Juli	Besar	Rp 100,000	970	Rp 97,000,000	Rp 294,000,000
	Sedang	Rp 50,000	2260	Rp 113,000,000	
	Kecil	Rp 35,000	2400	Rp 84,000,000	
Agustus	Besar	Rp 100,000	920	Rp 92,000,000	Rp 280,000,000
	Sedang	Rp 50,000	2150	Rp 107,500,000	
	Kecil	Rp 35,000	2300	Rp 80,500,000	
September	Besar	Rp 100,000	955	Rp 95,500,000	Rp 270,750,000
	Sedang	Rp 50,000	2035	Rp 101,750,000	
	Kecil	Rp 35,000	2100	Rp 73,500,000	
Oktober	Besar	Rp 100,000	955	Rp 95,500,000	Rp 273,750,000
	Sedang	Rp 50,000	2067	Rp 103,350,000	
	Kecil	Rp 35,000	2140	Rp 74,900,000	
November	Besar	Rp 100,000	1000	Rp 100,000,000	Rp 288,750,000
	Sedang	Rp 50,000	2200	Rp 110,000,000	
	Kecil	Rp 35,000	2250	Rp 78,750,000	
Desember	Besar	Rp 100,000	960	Rp 96,000,000	Rp 283,500,000
	Sedang	Rp 50,000	2168	Rp 108,400,000	
	Kecil	Rp 35,000	2260	Rp 79,100,000	
Total			64,340	Rp 3,409,000,000	Rp 3,409,000,000

Sumber: Hasil Olah Data Semprong Amoundy, 2023

Dari Tabel 1.2 diatas dapat kita lihat bahwa penjualan pada Semprong Amoundy mengalami naik dan turun. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan April 2021 yaitu ukuran besar terjual 1200 dus, sedang 2100 dus dan kecil 2400 dus. Dengan pendapatan sebesar Rp. 309.000.000. Hal tersebut disebabkan oleh meningkatnya jumlah konsumen saat bulan ramadhan menjelang hari raya idul fitri. Penjualan terendah terjadi pada bulan Mei, Juni dan September 2021 yaitu ukuran

besar terjual 955 dus, sedang 2035 dus dan kecil 2100 dus. Dengan pendapatan sebesar Rp. 270.750.000.

Tabel 1. 3

Data Penjualan UMKM Semprong Amoundy Tahun 2022

Penjualan Semprong Amoundy Tahun 2022					
Bulan	Produk	Harga Per Dus	Terjual Per Dus	Pendapatan	Total Pendapatan
Januari	Besar	Rp 110,000	900	Rp 99,000,000	Rp 297,000,000
	Sedang	Rp 60,000	1890	Rp 113,400,000	
	Kecil	Rp 45,000	1880	Rp 84,600,000	
Februari	Besar	Rp 110,000	942	Rp 103,620,000	Rp 311,250,000
	Sedang	Rp 60,000	1920	Rp 115,200,000	
	Kecil	Rp 45,000	2054	Rp 92,430,000	
Maret	Besar	Rp 110,000	951	Rp 104,610,000	Rp 327,000,000
	Sedang	Rp 60,000	2124	Rp 127,440,000	
	Kecil	Rp 45,000	2110	Rp 94,950,000	
April	Besar	Rp 110,000	1008	Rp 110,880,000	Rp 348,000,000
	Sedang	Rp 60,000	2188	Rp 131,280,000	
	Kecil	Rp 45,000	2352	Rp 105,840,000	
Mei	Besar	Rp 110,000	960	Rp 105,600,000	Rp 324,750,000
	Sedang	Rp 60,000	2091	Rp 125,460,000	
	Kecil	Rp 45,000	2082	Rp 93,690,000	
Juni	Besar	Rp 110,000	951	Rp 104,610,000	Rp 319,500,000
	Sedang	Rp 60,000	2044	Rp 122,640,000	
	Kecil	Rp 45,000	2050	Rp 92,250,000	
Juli	Besar	Rp 110,000	900	Rp 99,000,000	Rp 308,250,000
	Sedang	Rp 60,000	1869	Rp 112,140,000	
	Kecil	Rp 45,000	2158	Rp 97,110,000	
Agustus	Besar	Rp 110,000	900	Rp 99,000,000	Rp 301,500,000
	Sedang	Rp 60,000	1950	Rp 117,000,000	
	Kecil	Rp 45,000	1900	Rp 85,500,000	
September	Besar	Rp 110,000	915	Rp 100,650,000	Rp 315,000,000
	Sedang	Rp 60,000	2089	Rp 125,340,000	
	Kecil	Rp 45,000	1978	Rp 89,010,000	
Oktober	Besar	Rp 110,000	948	Rp 104,280,000	Rp 306,000,000
	Sedang	Rp 60,000	1916	Rp 114,960,000	
	Kecil	Rp 45,000	1928	Rp 86,760,000	
November	Besar	Rp 110,000	947	Rp 104,170,000	Rp 312,700,000
	Sedang	Rp 60,000	1938	Rp 116,280,000	
	Kecil	Rp 45,000	2050	Rp 92,250,000	
Desember	Besar	Rp 110,000	948	Rp 104,280,000	Rp 306,000,000
	Sedang	Rp 60,000	1916	Rp 114,960,000	
	Kecil	Rp 45,000	1928	Rp 86,760,000	
Total			59,675	Rp 3,776,950,000	Rp 3,776,950,000

Sumber: Hasil Olah Data Semprong Amoundy, 2023

Dari Tabel 4.3 diatas dapat kita lihat bahwa penjualan pada Semprong Amoundy mengalami naik dan turun. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan April 2022 yaitu ukuran besar terjual 1008 dus, sedang 2188 dus dan kecil 2352 dus. Dengan pendapatan sebesar Rp. 348.000.000. Hal tersebut disebabkan oleh

meningkatnya jumlah konsumen saat bulan ramadhan menjelang hari raya idul fitri. Penjualan terendah terjadi pada bulan Januari 2022 yaitu ukuran besar terjual 900 dus, sedang 1890 dus dan kecil 1890 dus. Dengan pendapatan sebesar Rp. 297.00.000.

Berikut pada Tabel 1.4 Data Biaya produksi, Harga jual dan Pendapatan UMKM Semprong Amoundy Periode 2021-2022:

Tabel 1. 4
Data Biaya Produksi, Harga Jual dan Pendapatan UMKM Semprong
Amoundy Periode 2021-2022



Sumber: *Hasil Olah Data Semprong Amoundy, 2023*

Dari Tabel 1.4 menunjukkan bahwa harga jual mengalami kenaikan dan naik turunnya biaya produksi pada Semprong Amoundy. Biaya produksi terendah terjadi pada bulan Februari 2021 yaitu Rp. 229.360.000 dan biaya produksi tertinggi terjadi pada bulan Desember 2022 yaitu Rp. 239.450.000. Sedangkan pendapatan terendah terjadi pada bulan Mei, Juni dan September 2021 yaitu Rp. 270.750.000 dan pendapatan tertinggi terjadi pada bulan April 2022 yaitu Rp. 348.000.000

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu. Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muslim & Tuhelelu, (2022) tentang Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual terhadap Pendapatan

Petani Kelapa Kopra di Desa Piru, Nasyira & Fatimah (2022) tentang Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual terhadap Pendapatan Petani Pada Kolam Pancing Bado, dan Arrasyid (2021) tentang Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual terhadap Pendapatan Masyarakat di Desa Karang Pucung Kecamatan Way Sulan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muslim & Tuhelelu, (2022), Nasyira & Fatimah (2022), dan Arrasyid (2021) :

Tabel 1. 5
Research Gap Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual terhadap
Pendapatan

Peneliti	Variabel Biaya Produksi (X1) dan Harga Jual (X2)	Variabel Pendapatan (Y)
Muslim & Tuhelelu, (2022)	Biaya Produksi (X1)	Biaya Produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Petani Kelapa Kopra di Desa Piru.
	Harga Jual (X2)	Harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Petani Kelapa Kopra di Desa Piru
Nasyira & Fatimah, (2022)	Biaya Produksi (X1)	Biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pada Kolam Pancing Bado.
	Harga Jual (X2)	Harga jual berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Pendapatan Pada Kolam Pancing Bado.
Arrasyid, (2021)	Biaya Produksi (X1)	Biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Pendapatan Masyarakat di Desa Karang Pucung Kecamatan Way Sulan.
	Harga Jual (X2)	Harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Masyarakat di Desa Karang Pucung Kecamatan Way Sulan. .

Sumber: Muslim & Tuhelelu, (2022), Nasyira & Fatimah (2022), dan Arrasyid (2021)

Berdasarkan *research gap* yang dilakukan oleh Muslim & Tuhelelu, (2022) menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan petani dan nilai koefisien regresi bertanda positif. Itu berarti biaya produksi naik dan pendapatan juga ikut naik. Hasil pengujian uji parsial menunjukkan bahwa

harga jual berpengaruh signifikan terhadap pendapatan dan nilai koefisien regresi harga jual bertanda positif, yang artinya harga jual naik maka pendapatan ikut naik.

Selanjutnya penelitian terdahulu oleh Nasyira & Fatimah, (2022) menunjukkan bahwa Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pada Kolam Pancing Bado. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel harga jual berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan pada Kolam Pancing Bado.

Lalu, penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Arrasyid, (2021) menunjukkan hasil pengujian secara parsial variabel biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan. Artinya semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan maka semakin sedikit pendapatan yang diperoleh masyarakat di Desa Karang Pucung Kecamatan Way Sulan. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial variabel harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Artinya tinggi rendahnya harga jual berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat di Desa Karang Pucung Kecamatan Way Sulan.

Dari *Research Gap* yang ada, dapat disimpulkan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Hal ini diperkuat dengan adanya *Research Gap* dalam penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian diatas menunjukkan pengaruh yang berbeda dari variabel biaya produksi, harga jual dan pendapatan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dan perbedaan hasil penelitian sebagai penguat fenomena yang ada, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual terhadap Pendapatan pada UMKM Semprong Amoundy”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka identifikasi masalah yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Laporan keuangan UMKM Semprong Amoundy sederhana.
2. Persaingan sesama usaha semprong.
3. Harga jual mengalami kenaikan.
4. Biaya produksi semprong yang tidak menentu atau naik turun.

5. Perbedaan hasil *research gap* mengenai biaya produksi terhadap pendapatan.
6. Perbedaan hasil *research gap* mengenai harga jual terhadap pendapatan.
7. Pelaku UMKM Semprong Amoundy sulit memprediksi biaya produksi jika mengalami fluktuasi bahan baku.
8. Pelaku UMKM Semprong Amoundy sulit memprediksi pendapatan jika biaya produksi tinggi.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka batasan masalah yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Fokus penelitian ini hanya mengenai Biaya produksi, Harga jual dan Pendapatan UMKM Semprong Amoundy.
2. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Semprong Amoundy.
3. Metode yang digunakan berupa metode deskriptif kuantitatif dan verifikatif.
4. Penelitian ini menggunakan analisis data regresi linear berganda.
5. Menggunakan alat bantu analisis yaitu SPSS 25.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Biaya produksi, Harga jual dan Pendapatan Semprong di Semprong Amoundy?
2. Bagaimana pengaruh secara parsial Biaya produksi terhadap Pendapatan di Semprong Amoundy?
3. Bagaimana pengaruh secara parsial Harga jual terhadap Pendapatan di Semprong Amoundy?
4. Bagaimana pengaruh secara simultan Biaya produksi dan Harga jual terhadap Pendapatan di Semprong Amoundy?

1.5 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka tujuan masalah yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan Biaya produksi, Harga jual dan Pendapatan Semprong di Semprong Amoundy.
2. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh secara parsial Biaya produksi terhadap Pendapatan di Semprong Amoundy.
3. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh secara parsial Harga jual terhadap Pendapatan di Semprong Amoundy.
4. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh secara simultan Biaya produksi dan Harga jual terhadap Pendapatan di Semprong Amoundy.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa manfaat dan kegunaan antara lain sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam pengembangan teori, khususnya mengenai biaya produksi, harga jual dan pendapatan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dalam meningkatkan pendapatan dengan pertimbangan menggunakan biaya produksi yang lebih rendah dan efisien, meningkatkan jumlah produksi dengan kualitas yang bagus, dan mendapatkan harga jual semprong yang stabil agar dapat meningkatkan pendapatan pelaku usaha.

3. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai biaya produksi, harga jual dan pendapatan.