

Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan terhadap Laba Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Mangelewa

The Effect of Production and Sales Costs on the Profit of Micro, Small and Medium Enterprises in Mangelewa District

Ferdiansyah^{1✉}, Ega Siful Subhan², Imbrahim Zakariyah³

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Indonesia.

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Indonesia.

³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Indonesia.

✉Corresponding author: angarad340@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Manggalewa, Kabupaten Dompu. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi dan penjualan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap laba, baik secara parsial maupun simultan. Efisiensi dalam pengelolaan biaya produksi terbukti mampu meningkatkan margin keuntungan, sementara peningkatan volume penjualan dan daya tarik produk di pasar turut mendorong pertumbuhan pendapatan. Temuan ini sejalan dengan Teori Firma yang menekankan pentingnya efisiensi internal dalam pengambilan keputusan ekonomi perusahaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pengendalian biaya dan penguatan sistem penjualan yang terintegrasi menjadi faktor kunci dalam menciptakan pertumbuhan laba UMKM yang berkelanjutan.

Abstract

This study aims to analyze the effect of production costs and sales on the profit of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Manggalewa District, Dompu Regency. A quantitative approach was applied using a survey method by distributing questionnaires to MSME actors across various business sectors. The results indicate that both production costs and sales have a positive and significant impact on profit, either partially or simultaneously. Efficiency in managing production costs effectively increases profit margins, while higher sales volume and market demand further drive revenue growth. These findings align with the Theory of the Firm, which emphasizes the importance of internal efficiency in economic decision-making within enterprises. The study concludes that controlling costs and strengthening integrated sales strategies are essential factors in fostering sustainable profit growth for MSMEs.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2025 Ferdiansyah, Ega Siful Subhan, Imbrahim Zakariyah.

Article history

Received 2025-06-27

Accepted 2025-08-10

Published 2025-08-30

Kata kunci

Biaya Produksi;
Penjualan;
Laba UMKM;
Efisiensi Internal;
Teori Firma.

Keywords

Production Costs;
Sales;
MSME Profit;
Internal Efficiency;
Theory of the Firm.

1. Pendahuluan

Di era globalisasi sekarang ini, perdagangan bebas mendorong terbukanya persaingan yang semakin luas antar perusahaan. Untuk dapat bersaing dalam kondisi yang sangat kompetitif, perusahaan yang sedang berkembang perlu fokus pada upaya meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pemanfaatan sumber daya yang mereka miliki. UMKM juga memegang peranan krusial dalam perekonomian nasional, karena memiliki posisi, potensi, dan kontribusi yang signifikan. Peran strategis inilah yang menjadikan UMKM sebagai salah satu pilar penting dalam mendukung terciptanya pembangunan ekonomi nasional yang kuat dan berkelanjutan. Peningkatan peran UMKM diharapkan mampu mendorong dinamika perekonomian, serta menjadikan UMKM sebagai usaha yang kuat, mandiri, dan berpotensi tumbuh menjadi bisnis berskala besar. Menurut (Anwar et al., 2023), peningkatan UMKM berkontribusi besar dalam menurunkan angka pengangguran karena mampu menyediakan peluang kerja melalui pembukaan berbagai jenis usaha.

Namun, UMKM saat ini kerap dihadapkan pada berbagai tantangan yang berdampak pada tingkat profitabilitas dan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Salah satu faktor utama yang memengaruhi kemampuan mereka untuk meraih keuntungan adalah efektivitas dalam mengelola biaya produksi. Salah satu tantangan yang dihadapi UMKM adalah menjalankan usaha dengan margin keuntungan yang sempit serta keterbatasan dalam menanggulangi kenaikan biaya produksi Sulastri & Hapsari dalam (Apriwandi et al., 2025). Kondisi ini membuat UMKM harus lebih cermat dalam mengelola operasional usahanya, termasuk menekan biaya yang tidak perlu dan mencari cara-cara inovatif untuk mempertahankan profitabilitas. Jika tidak ditangani dengan baik, margin keuntungan yang kecil dan kenaikan biaya produksi dapat menghambat pertumbuhan usaha serta mengancam keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang. Menurut (Hidayat et al., 2023), biaya produksi memiliki peran penting dalam memengaruhi besarnya keuntungan yang dapat diraih oleh suatu perusahaan.

Selain tantangan dalam menghadapi margin keuntungan yang sempit, UMKM juga dihadapkan pada permasalahan terkait rendahnya volume penjualan. Kegiatan distribusi, promosi, dan pemasaran yang tidak optimal sering kali menyebabkan produk tidak terserap maksimal di pasar. Jika tidak dikelola dengan strategi yang tepat, rendahnya volume penjualan dapat menghambat perolehan laba yang diharapkan, sehingga memengaruhi stabilitas dan pertumbuhan usaha secara keseluruhan. Menurut (Casmadi & Butar, 2018), apabila terjadi peningkatan dalam jumlah penjualan, maka laba yang diperoleh perusahaan cenderung mengalami kenaikan, karena pendapatan yang masuk akan lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

UMKM di Kabupaten Dompu menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, ditandai dengan peningkatan jumlahnya secara signifikan. Daryati Kustilawati, selaku Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Dompu, menyebutkan bahwa terdapat sebanyak 2.757 UMKM yang tersebar di wilayah tersebut. Angka ini terus mengalami pertumbuhan berkat peran aktif pemerintah dalam memberikan dukungan, terutama dalam aspek permodalan dan akses pasar, khususnya setelah masa pandemi Covid-19 (Mujtahidin & Sofian 2023). Meskipun jumlah UMKM terus meningkat dan dukungan dari pemerintah semakin kuat, tantangan dalam pengelolaan usaha masih menjadi perhatian, khususnya terkait efisiensi biaya produksi dan strategi penjualan. Hal ini menjadi penting untuk dianalisis, karena biaya produksi dan penjualan merupakan dua faktor utama yang dapat memengaruhi besarnya laba yang diperoleh oleh UMKM.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan terhadap beberapa pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Manggelewa, diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha masih mengalami kendala dalam mengelola biaya produksi secara efisien. Banyak pelaku UMKM belum memiliki pencatatan keuangan yang terstruktur, sehingga kesulitan dalam memantau pengeluaran dan menghitung biaya produksi secara tepat. Selain itu, biaya penjualan seperti distribusi, promosi, dan pemasaran produk juga belum dikelola secara optimal, yang berdampak pada rendahnya efektivitas dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Di sisi lain, meskipun penjualan dilakukan secara rutin, laba yang dihasilkan belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. Hal ini diduga karena tingginya biaya yang dikeluarkan tidak sebanding dengan

pendapatan yang diperoleh. Oleh karena itu, diperlukan analisis lebih mendalam mengenai pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba UMKM di wilayah ini, untuk memahami hubungan antara ketiga variabel tersebut dan memberikan solusi strategis dalam meningkatkan profitabilitas usaha.

Selain masalah yang terjadi dilapangan terdapat perbedaan temuan atau terdapat empirical research gap pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu seperti penelitian oleh (Pujihati et al., 2024), menyatakan bahwa biaya produksi memiliki pengaruh signifikan terhadap laba, sementara volume penjualan tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Sebaliknya, studi yang dilakukan oleh (Putranto, 2024), menemukan bahwa penjualan memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan laba, sedangkan biaya produksi justru tidak terlalu berpengaruh karena sudah dianggap sebagai biaya tetap yang sulit ditekan oleh pelaku UMKM. Perbedaan hasil penelitian ini menimbulkan gap yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, terutama karena faktor-faktor lokal seperti tingkat efisiensi, strategi pemasaran, dan kemampuan manajerial UMKM dapat memengaruhi hasil yang berbeda-beda. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara spesifik menguji pengaruh kedua variabel tersebut secara bersamaan dalam konteks UMKM di wilayah dengan karakteristik ekonomi lokal seperti di Kecamatan Manggelewa, Kabupaten Dompu.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami secara komprehensif bagaimana biaya produksi dan volume penjualan benar-benar memengaruhi laba UMKM di wilayah tersebut. Penelitian ini juga berupaya memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha dan pemangku kebijakan lokal, agar dapat merumuskan strategi pengelolaan usaha yang lebih efisien dan berbasis data. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena berdasarkan observasi awal terhadap beberapa pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Manggelewa, diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha masih mengalami kesulitan dalam mengelola biaya produksi secara efisien. Hal ini disebabkan oleh belum tersusunnya sistem pencatatan keuangan yang baik, sehingga pelaku usaha kesulitan dalam mengidentifikasi komponen biaya yang membebani usaha mereka secara akurat. Selain itu, aspek biaya penjualan seperti distribusi, promosi, dan pemasaran produk juga belum dikelola secara optimal. Kegiatan pemasaran masih bersifat sederhana dan belum menjangkau pasar yang lebih luas. Akibatnya, meskipun penjualan dilakukan secara rutin, laba yang diperoleh belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. Besarnya biaya yang dikeluarkan tidak sebanding dengan pendapatan, sehingga efisiensi usaha menjadi pertanyaan yang krusial. Menurut Rustami et al. dalam (Putri, 2023), kemampuan perusahaan dalam mengelola biaya produksi akan memengaruhi tingkat laba yang diperoleh. Jika biaya produksi meningkat seiring dengan peningkatan volume penjualan, maka laba diharapkan juga akan meningkat. Sebaliknya, jika biaya produksi naik namun volume penjualan menurun disertai dengan kurangnya promosi, maka laba diharapkan akan mengalami penurunan. Dengan kondisi tersebut, penelitian ini menjadi sangat penting untuk menganalisis sejauh mana pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba UMKM. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris dan solusi strategis yang dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan profitabilitas serta pengelolaan usaha mereka secara lebih efektif dan efisien.

2. Metode

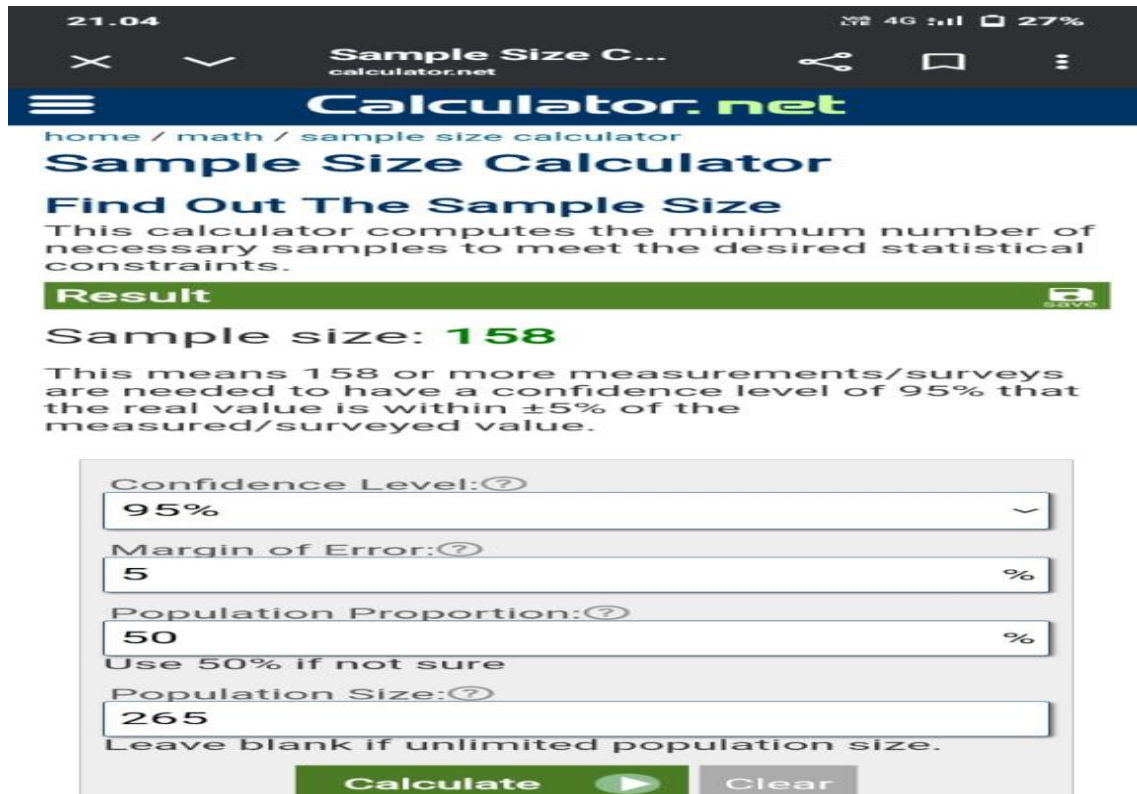
2.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan pada paradigma positivisme. Pendekatan ini digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, di mana pemilihan sampel biasanya dilakukan secara acak. Data dikumpulkan melalui instrumen penelitian, dan dianalisis secara numerik atau statistik guna menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2017).

2.2. Populasi dan Sampel

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2017), populasi adalah kumpulan subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti sebagai dasar penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari 265 UMKM yang beroperasi di Kecamatan Manggelewa,

Kabupaten Dompu, sebagaimana tercatat oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Dompu pada tahun 2025. Pengambilan sampel dilakukan dengan **teknik purposive sampling**, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah: **yang pertama UMKM telah beroperasi minimal selama 6 bulan, dan dan yang kedua termasuk dalam kategori jenis usaha kuliner, pertanian, dan konstruksi**. Penentuan jumlah sampel menggunakan *Sample Size Calculator* dengan tingkat kesalahan 5% (0,05), sehingga diperoleh 158 responden. *Sample Size Calculator* dapat dijelaskan pada gambar di bawah ini:

The image is a screenshot of a mobile browser displaying the 'Sample Size Calculator' website. The page has a dark blue header with the site name 'Calculator.net' and a sub-header 'Sample Size Calculator'. Below the header, there is a green bar with the word 'Result' and a 'SAVE' button. The main content area shows 'Sample size: 158' in large green text. Below this, a paragraph explains that 158 or more measurements/surveys are needed for a 95% confidence level with a ±5% margin of error. At the bottom, there is a form with input fields for 'Confidence Level' (set to 95%), 'Margin of Error' (set to 5%), 'Population Proportion' (set to 50%), and 'Population Size' (set to 265). There are 'Calculate' and 'Clear' buttons at the bottom of the form.

Gambar 2. Sample Size Calculator

2.3. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017), data kuantitatif merupakan data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung dalam bentuk angka maupun statistik. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner kepada responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dengan skala likert.

2.4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data guna menyelesaikan suatu permasalahan atau menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis ini bertujuan untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif diterapkan dengan memanfaatkan SPSS 21 (*Statistical Product and Service Solutions 21*) sebagai alat bantu analisis (Ghozali, 2018). Tujuan dari penggunaan SPSS adalah untuk mengidentifikasi pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, lingkungan kerja, dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap variabel yang diteliti.

2.5. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan suatu peristiwa berdasarkan data yang dikumpulkan. Dalam analisis ini, data dijelaskan dengan menggunakan

ukuran statistik seperti **rata-rata (mean)**, **standar deviasi (standard deviation)**, **nilai maksimum**, dan **nilai minimum**, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai karakteristik sampel penelitian (Sugiyono, 2017).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Penelitian

3.1.1. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Produksi (X1)	158	11.00	45.00	34.6835	5.69623
Penjualan (X2)	158	10.00	30.00	22.7152	4.09146
Laba UMKM (Y)	158	16.00	45.00	35.2278	5.97862
Valid N (listwise)	158				

Berdasarkan Tabel 1, hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel Biaya Produksi (X1) memiliki nilai minimum sebesar 11, maksimum 45, dan rata-rata sebesar 34,6835. Nilai rata-rata ini mencerminkan bahwa biaya produksi yang dikeluarkan oleh UMKM cenderung tinggi. Sementara itu, standar deviasi sebesar 5,69623 mengindikasikan adanya variasi yang cukup besar antara satu UMKM dengan UMKM lainnya dalam hal pengeluaran biaya produksi. Selanjutnya, variabel Penjualan (X2) memiliki nilai minimum sebesar 10, maksimum 30, dan rata-rata sebesar 22,7152. Angka ini menunjukkan bahwa tingkat penjualan UMKM tergolong cukup tinggi, dengan standar deviasi sebesar 4,09146 yang juga menunjukkan adanya keragaman yang cukup signifikan di antara data responden. Adapun variabel Laba UMKM (Y) memiliki nilai minimum sebesar 16, maksimum 45, dan rata-rata sebesar 35,2278. Nilai rata-rata ini memperlihatkan bahwa laba yang diperoleh oleh UMKM secara umum berada dalam kategori tinggi. Standar deviasi sebesar 5,97862 pada variabel ini juga menunjukkan bahwa terdapat variasi yang cukup tinggi dalam laba yang diperoleh masing-masing UMKM. Secara keseluruhan, seluruh variabel menunjukkan tingkat rata-rata yang baik dengan sebaran data yang bervariasi, menandakan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam skala produksi, penjualan, dan laba antar UMKM di wilayah penelitian.

3.1.2. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Nomor	Variabel	Item pernyataan	r hitung	r tabel $\alpha = 5\%$	keterangan
1	Biaya Produksi (X1)	X1.1	0,560	0,1313	Valid
		X1.2	0,686	0,1313	Valid
		X1.3	0,703	0,1313	Valid
		X1.4	0,581	0,1313	Valid
		X1.5	0,654	0,1313	Valid
		X1.6	0,552	0,1313	Valid
		X1.7	0,531	0,1313	Valid
		X1.8	0,485	0,1313	Valid
		X1.9	0,583	0,1313	Valid
2	Penjualan (X2)	X2.1	0,721	0,1313	Valid
		X2.2	0,699	0,1313	Valid
		X2.3	0,603	0,1313	Valid
		X2.4	0,244	0,1313	Valid
		X2.5	0,510	0,1313	Valid
		X2.6	0,693	0,1313	Valid
4	Laba UMKM (Y)	Y.1	0,718	0,1313	Valid
		Y.2	0,689	0,1313	Valid
		Y.3	0,608	0,1313	Valid
		Y.4	0,734	0,1313	Valid
		Y.5	0,679	0,1313	Valid
		Y.6	0,713	0,1313	Valid

Y.7	0,574	0,1313	Valid
Y.8	0,643	0,1313	Valid
Y.9	0,587	0,1313	Valid

Berdasarkan Tabel 2, seluruh item pernyataan pada variabel Biaya Produksi (X1), Penjualan (X2), dan Laba UMKM (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,1313. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada ketiga variabel tersebut dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

3.1.3. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien alpha	Keterangan
Biaya Produksi (X1)	0,769	0,60	Reliabel
Penjualan (X2)	0,737	0,60	Reliabel
Laba UMKM (Y)	0,838	0,60	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel dalam penelitian ini, yaitu Biaya Produksi (X1), Penjualan (X2), dan Laba UMKM (Y), memiliki nilai Cronbach's Alpha masing-masing sebesar 0,769; 0,737; dan 0,838. Nilai tersebut lebih besar dari nilai standar minimum 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut telah memenuhi syarat reliabilitas. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini tergolong reliabel dan konsisten dalam mengukur setiap variabel yang diteliti.

3.1.4. Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		158
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.62536008
	Absolute	.076
Most Extreme Differences	Positive	.034
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.955
Asymp. Sig. (2-tailed)		.322

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,322, yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa residual dari model regresi berdistribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Lama Usaha (X1), Jam Operasional (X2), Kualitas Produk (X3), dan Penghasilan UMKM (Y) memenuhi asumsi normalitas dan layak untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan uji regresi linear.

3.1.5. Uji Multikoleniaritas

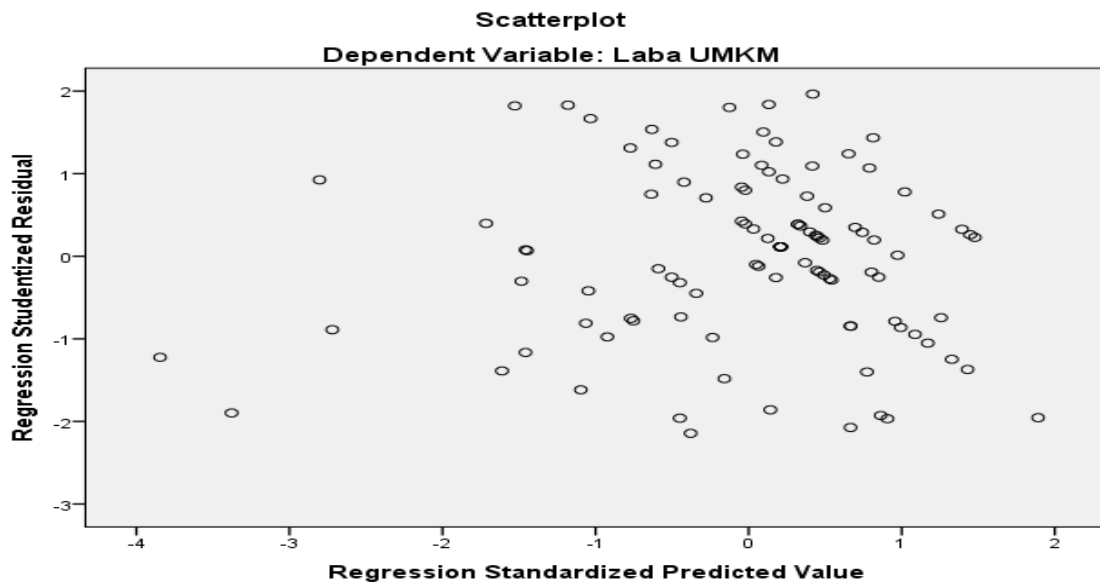
Tabel 5. Hasil Uji Multikoleniaritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
(Constant)			
1	Biaya Produksi (X1)	.759	1.318
	Penjualan (X2)	.759	1.318

a. Dependent Variable: Laba UMKM (Y)

Berdasarkan Tabel 5, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai Tolerance untuk variabel Biaya Produksi (X1) dan Penjualan (X2) masing-masing sebesar 0,759, yang lebih besar dari batas minimum 0,10. Selain itu, nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk kedua variabel tersebut juga sama, yaitu sebesar 1,318, yang lebih kecil dari batas maksimum 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi, sehingga model layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

3.1.6. Uji Heterokedastisitas



Gamnbar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Mengacu pada Gambar 2, hasil uji heteroskedastisitas memperlihatkan bahwa penyebaran titik-titik pada scatterplot tersebar secara acak di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y, serta tidak menunjukkan pola tertentu seperti bentuk kerucut maupun kipas. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari masalah heteroskedastisitas.

3.1.7. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	9.703	2.539
	Biaya Produksi (X1)	.382	.075
	Penjualan (X2)	.541	.104

a. Dependent Variable: Laba UMKM (Y)

Berdasarkan Tabel 6 yaitu tabel hasil uji regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan pada rumus berikut ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 9,703 + 0,382X_1 + 0,541X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Laba UMKM (Y)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi Berganda

X1 = Biaya Produksi (X1)

X2 = Penjualan (X2)

Penjelasan dari masing-masing koefisien adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai constant sebesar 9,703, yang artinya ketika variabel Biaya Produksi (X1) dan Penjualan (X2) berada di angka 0, maka variabel Laba UMKM (Y) akan berada pada nilai 9,703.
- 2) Variabel Biaya Produksi (X1) memiliki nilai koefisien (B) sebesar 0,382, yang artinya ketika variabel Biaya Produksi (X1) meningkat satu satuan, maka variabel Laba UMKM (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,382.
- 3) Variabel Penjualan (X2) memiliki nilai koefisien (B) sebesar 0,541, artinya jika variabel Penjualan (X2) meningkat satu satuan, maka variabel Laba UMKM (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,541.

3.1.8. Uji T (Parsial)

Tabel 7. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.821	.000
	Biaya Produksi (X1)	5.099	.000
	Penjualan (X2)	5.188	.000

a. Dependent Variable: Laba UMKM (Y)

Berdasarkan tabel 7 yaitu hasil uji T (Parsial) di atas dapat di jelaskan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Biaya Produksi (X1) terhadap Laba UMKM (Y)
Nilai t hitung yang diperoleh sebesar 5,099 > 1,65474 yaitu nilai t tabel, serta perolehan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara Biaya Produksi (X1) terhadap Laba UMKM (Y).
- 2) Pengaruh Penjualan (X2) terhadap Laba UMKM (Y)
Nilai t hitung yang diperoleh sebesar 5,188 > 1,65474 yaitu nilai t tabel, serta perolehan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Penjualan (X2) terhadap Laba UMKM (Y).

3.1.9. Uji F (Simultan)

Tabel 8. Hasil Uji F(Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2252.946	2	1126.473	51.983	.000 ^b
	Residual	3358.851	155	21.670		
	Total	5611.797	157			

a. Dependent Variable: Laba UMKM (Y)

b. Predictors: (Constant), Penjualan (X2), Biaya Produksi (X1)

Berdasarkan Tabel 8 di atas, nilai F hitung sebesar 51,983 > F tabel yaitu sebesar 3,05 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan, variabel Biaya Produksi (X1) dan Penjualan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Laba UMKM (Y).

3.1.10. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^a	.401	.394	4.65511

a. Predictors: (Constant), Penjualan (X2), Biaya Produksi (X1)

b. Dependent Variable: Laba UMKM (Y)

Berdasarkan Tabel 9 diatas, yaitu tabel hasil uji koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,394. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Biaya Produksi (X_1) dan Penjualan (X_2) mampu menjelaskan variasi dari variabel Laba UMKM (Y) sebesar 39,4%, sedangkan sisanya sebesar 60,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Biaya Produksi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba UMKM di Kecamatan Manggalewa

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba UMKM di Kecamatan Manggalewa, yang dibuktikan melalui hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 5,099 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,65474, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang jauh di bawah ambang batas 0,05. Hasil ini menandakan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan meyakinkan secara statistik antara efisiensi pengelolaan biaya produksi dan peningkatan laba usaha. Dengan kata lain, semakin optimal pelaku UMKM dalam mengendalikan pengeluaran yang berkaitan dengan proses produksi seperti pembelian bahan, penggunaan tenaga kerja, dan pemanfaatan sumber daya lainnya maka semakin besar kemungkinan usaha tersebut memperoleh margin keuntungan yang lebih tinggi. Efisiensi biaya produksi tidak hanya berperan dalam menurunkan beban operasional, tetapi juga secara langsung meningkatkan akumulasi laba yang diperoleh pelaku usaha dari setiap siklus produksi yang dijalankan.

Temuan ini selaras dengan pemikiran Ronald Coase dalam Teori Firma (1937), yang menekankan bahwa perusahaan atau entitas bisnis hadir sebagai mekanisme internal untuk menekan biaya transaksi yang seharusnya timbul jika setiap aktivitas ekonomi dilakukan melalui pasar. Dalam konteks ini, pelaku UMKM yang mampu mengorganisasi proses produksinya secara sistematis dan terstruktur pada dasarnya telah menerapkan prinsip utama dari teori tersebut. Ketika keputusan-keputusan terkait produksi dilakukan secara internal, perusahaan dapat menghindari biaya-biaya tambahan yang timbul dari ketergantungan pada pihak luar, seperti biaya pencarian bahan, negosiasi kontrak, hingga pengawasan kualitas eksternal. Oleh karena itu, efisiensi internal tidak hanya menjadi upaya penghematan, tetapi juga strategi fundamental dalam menciptakan keberlanjutan usaha dan memastikan setiap pengeluaran membawa nilai ekonomis yang optimal.

Hasil ini juga diperkuat oleh temuan dari Wibowo (2021) yang menyatakan bahwa pengelolaan biaya produksi yang efisien memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan daya saing UMKM dan mendorong pertumbuhan laba secara konsisten. Sementara itu, Lestari & Hidayat (2020) menegaskan bahwa UMKM dengan pengendalian biaya yang baik cenderung lebih tahan terhadap fluktuasi pasar karena memiliki ruang manuver keuangan yang lebih fleksibel. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya terbukti secara statistik, tetapi juga memiliki dasar konseptual dan dukungan empiris yang kuat. Efisiensi dalam pengelolaan biaya produksi tidak semata soal penghematan, melainkan merupakan strategi inti dalam membangun model usaha yang adaptif, kompetitif, dan berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang.

3.2.2. Penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba UMKM di Kecamatan Manggalewa

Hasil analisis selanjutnya menunjukkan bahwa penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba UMKM di Kecamatan Manggalewa. Hal ini dibuktikan melalui nilai t hitung sebesar 5,188 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,65474, serta nilai signifikansi 0,000, yang berada jauh di bawah tingkat signifikansi 0,05. Temuan ini memberikan bukti empiris yang kuat bahwa peningkatan aktivitas penjualan memiliki kontribusi nyata terhadap pertumbuhan laba. Ketika volume produk yang terjual terus mengalami peningkatan, dan permintaan konsumen tetap terjaga atau bahkan bertambah, maka pendapatan usaha pun ikut terdorong naik. Konsistensi dalam penjualan menjadi sinyal bahwa produk yang ditawarkan memiliki daya tarik yang relevan dengan kebutuhan pasar. Lebih jauh, kemampuan pelaku UMKM dalam merespons dinamika pasar

dan menyesuaikan karakter produk dengan selera konsumen menunjukkan peran penting strategi penjualan dalam mendorong kinerja usaha secara keseluruhan.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui pendekatan Teori Firma yang menempatkan perusahaan sebagai entitas yang mengorganisasi aktivitas ekonomi lebih efisien dibandingkan mekanisme pasar. Dalam hal ini, strategi penjualan yang dilakukan secara internal mulai dari penentuan harga, pendekatan kepada konsumen, hingga pemanfaatan informasi pasar merupakan bagian dari upaya meminimalkan biaya transaksi dan ketergantungan pada pihak luar. Dengan menjalankan fungsi ini secara terstruktur, pelaku UMKM tidak hanya memperluas akses pasar, tetapi juga mengoptimalkan pendapatan dari setiap produk yang ditawarkan. Peningkatan penjualan yang disertai efisiensi operasional menunjukkan bahwa keputusan bisnis yang diambil dalam ruang lingkup internal perusahaan mampu memberikan dampak langsung terhadap laba usaha.

Penelitian ini selaras dengan temuan Herlina (2019) yang menunjukkan bahwa peningkatan strategi penjualan secara aktif dan konsisten berdampak signifikan terhadap laba bersih usaha kecil. Selain itu, Ramdani & Fauziah (2020) juga menemukan bahwa UMKM yang menyesuaikan penawaran produknya dengan tren dan preferensi konsumen mengalami peningkatan pendapatan yang signifikan dalam jangka menengah. Dengan demikian, hasil ini tidak hanya relevan secara statistik, tetapi juga diperkuat oleh berbagai studi terdahulu yang menekankan pentingnya penjualan sebagai elemen kunci dalam menciptakan keberlanjutan usaha dan meningkatkan keuntungan. Dalam konteks UMKM, kemampuan untuk menjaga permintaan pasar secara stabil dan merespons perubahan dengan cepat menjadi fondasi penting dalam mencapai pertumbuhan usaha yang sehat dan kompetitif.

3.2.3. Biaya Produksi dan Penjualan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba UMKM di Kecamatan Manggalewa

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi dan penjualan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba UMKM di Kecamatan Manggalewa. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F yang menghasilkan nilai F hitung sebesar 51,983, jauh melebihi F tabel sebesar 3,05, dengan nilai signifikansi 0,000, yang berada di bawah ambang batas 0,05. Hasil ini memberikan dasar yang kuat bahwa kemampuan pelaku usaha dalam mengelola biaya operasional secara efisien dan mendorong penjualan secara optimal akan berdampak langsung pada peningkatan laba yang signifikan. Keuntungan tidak hanya dihasilkan dari efisiensi internal dalam proses produksi, tetapi juga dari kemampuan untuk menciptakan permintaan yang stabil dan menjangkau pasar secara luas. Ketika kedua aspek tersebut berjalan beriringan, usaha tidak hanya menjadi lebih produktif, tetapi juga lebih menguntungkan dan tahan terhadap dinamika pasar.

Temuan ini menggarisbawahi relevansi Teori Firma dalam konteks UMKM, di mana perusahaan diposisikan sebagai unit organisasi yang mampu menjalankan fungsi ekonomi secara lebih efisien daripada pasar bebas. Ketika pengelolaan biaya dan aktivitas penjualan dilakukan dalam satu sistem manajemen yang terkoordinasi, pelaku usaha tidak hanya menghindari pemborosan, tetapi juga mampu merespons kebutuhan pasar dengan lebih cepat dan tepat sasaran. Pengambilan keputusan yang terpusat dan berorientasi pada efisiensi memungkinkan setiap proses, mulai dari produksi hingga pemasaran, dilakukan tanpa tergantung pada mekanisme eksternal yang kompleks dan mahal. Ini sejalan dengan pandangan Ronald Coase bahwa perusahaan hadir untuk mengurangi biaya transaksi, dan dalam praktiknya, UMKM yang mengelola dua fungsi utama produksi dan penjualan secara bersamaan telah menerapkan prinsip tersebut secara nyata.

Hasil ini juga diperkuat oleh penelitian Suryani & Nugroho (2022) yang menemukan bahwa integrasi antara efisiensi biaya dan strategi pemasaran menjadi faktor utama dalam peningkatan laba UMKM di sektor ritel. Selain itu, Kurniawan (2020) menyatakan bahwa usaha kecil yang mampu menyinergikan pengendalian biaya dan ekspansi pasar secara bersamaan akan memiliki performa keuangan yang lebih stabil dan prospektif. Dengan demikian, keberhasilan UMKM dalam meningkatkan laba tidak cukup hanya ditopang oleh satu sisi saja, melainkan harus melalui pendekatan yang terpadu antara pengelolaan biaya dan penguatan strategi penjualan. Kombinasi keduanya mencerminkan fondasi manajemen usaha yang kuat, yang sangat penting dalam

menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan dan daya saing jangka panjang di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis.

4. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi dan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan laba UMKM di Kecamatan Manggalewa. Biaya produksi yang dikelola secara efisien, melalui pengendalian pengeluaran bahan baku, tenaga kerja, serta biaya operasional lainnya, terbukti mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan margin keuntungan usaha. Penghematan dan efisiensi dalam proses produksi menjadi strategi penting dalam memperkuat daya saing dan menjaga keberlanjutan usaha.

Selain itu, penjualan juga terbukti menjadi faktor penting yang memengaruhi laba UMKM. Peningkatan volume penjualan serta tingginya permintaan pasar menunjukkan bahwa strategi penjualan yang tepat dapat mendorong pendapatan usaha secara signifikan. Kemampuan UMKM dalam merespons kebutuhan pasar, mengikuti tren, dan menjaga kualitas produk menjadi kunci keberhasilan dalam menjaga stabilitas pendapatan. Ketika biaya produksi dan penjualan dikelola secara bersamaan dalam satu sistem manajerial yang terkoordinasi, hasil yang dicapai terhadap laba menjadi lebih optimal. Temuan ini sejalan dengan konsep Teori Firma yang menekankan pentingnya efisiensi internal dalam operasional perusahaan. Dengan demikian, penguatan manajemen produksi dan penjualan secara terpadu merupakan fondasi penting bagi pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Anwar, A., Kumalasari, N., & Putri, R. K. (2023). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Penjualan Terhadap Laba Perusahaan Pada Usaha Kecil Menengah Keripik Askha Jaya Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 9(1), 37–42. <https://doi.org/10.24967/jmb.v9i1.1962>.
- Apriwandi, Christine, D., Arsalan, S., & Barus, I. S. (2025). Pendampingan dalam Perhitungan Biaya Produksi dan Pengaruhnya Terhadap Profitabilitas UMKM Keripik Liapik. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 9(1), 51–60. <https://doi.org/Prefix 10.36982 by>.
- Casmadi, Y., & Butar, F. S. R. B. (2018). Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Sub Sektor Kabel Periode 2013-2017). *Jurnal Akuntansi*, 10(2), 11–20. <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/804>.
- Coase, R. H. (1937). The nature of the firm. *Economica*, 4(16), 386–405. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herlina. (2019). Pengaruh Strategi Penjualan terhadap Peningkatan Laba Usaha Mikro di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 115–124.
- Hidayat, M. K., Maftukhin, M., & Rahmawati, T. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Tingkat Profitabilitas (Studi Empiris pada UMKM di Kabupaten Brebes). *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*, 1(1), 24–33. <https://doi.org/10.57235/jetish.v1i1.29>.
- Kurniawan, A. (2020). Strategi Pengendalian Biaya dan Ekspansi Pasar dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 65–74.
- Lestari, F., & Hidayat, R. (2020). Analisis Pengendalian Biaya Produksi sebagai Upaya Peningkatan Profitabilitas UMKM di Masa Krisis Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 8(2), 94–103.
- Mujtahidin, & Sofian, H. (2023). Dinas koeperasi dan UMKM Dompu berhasil bentuk seribu UMKM baru. *RRI Radio Republik Indonesia*. <https://www.rri.co.id/umkm/431786/dinas-koeperasi-dan-umkm-dompu-berhasil-bentuk-seribu-umkm-baru>.
- Pujihati, F. D., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2024). Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Umkm Semprong Amoundy Karawang. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 4019–4029. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.7477>.

- Putrantoro, A. (2024). Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Wonosobo Kabupatenwonosobo). *Jurnal Riset Akuntansi*, 2(2), 71–84. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v2i2.1717>.
- Putri, S. P. (2023). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen, Hukum Dan Sosial (JMHS)*, 1(1), 38–45. <https://doi.org/10.30596/jmhs.v1i1.11>.
- Ramdani, R., & Fauziah, N. (2020). Adaptasi Produk terhadap Preferensi Konsumen dan Dampaknya terhadap Pendapatan UMKM. *Jurnal Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*, 5(3), 211–222.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryani, T., & Nugroho, A. (2022). Integrasi Efisiensi Biaya dan Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Laba UMKM Sektor Ritel. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 10(1), 34–45.
- Wafiroh, H., Lailatul, I. N., & Evhin, A. (2023). Analisis Pengaruh Modal dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 3(2), 194–201. <https://www.embiss.com/index.php/embiss/article/view/209>.
- Suryani, T., & Nugroho, A. (2022). Integrasi Efisiensi Biaya dan Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Laba UMKM Sektor Ritel. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 10(1), 34–45.
- Yanto, R. T. Y., & Prabowo, A. L. P. (2020). Pengaruh Personal Selling Terhadap Pencapaian Penjualan Pada Produk Pembiayaan Kpr Bersubsidi Di Bank Btn Syariah Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10, no 1(2087–3077), 2–12. <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/promark/article/view/736>.