

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Pendapatan Usaha dengan Volume Penjualan sebagai Variabel Intervening pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Tepung Tapioka di Kabupaten Kediri” ini ditulis oleh Rada Yuhendra, NIM. 126403202117, pembimbing Dr. Ali Mauludi, AC., M.A.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Ini karena UMKM adalah penyumbang (Produk Domestik Bruto) PDB terbesar, paling banyak menyerap lapangan kerja, dan tahan terhadap krisis keuangan. Dalam perkembangannya, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sering menghadapi tantangan baik dari dalam maupun dari luar. Tantangan internal meliputi keterbatasan modal, manajemen, inovasi yang terbatas, dan teknologi. Tantangan eksternal meliputi keterbatasan infrastruktur, akses pasar yang terbatas, distribusi, administrasi dan sulitnya mencapai potensi pasar. Peningkatan kualitas dan daya saing UMKM menjadi fokus utama dalam strategi pembangunan ekonomi. Dengan memberikan dukungan yang cukup, UMKM dapat berkembang secara berkelanjutan sehingga mampu bersaing secara global.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk menguji pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan. 2) Untuk menguji pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan. 3) Untuk menguji pengaruh biaya produksi terhadap pendapatan usaha. 4) Untuk menguji pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan usaha. 5) Untuk menguji pengaruh volume penjualan terhadap pendapatan usaha. 6) Untuk menguji pengaruh tidak langsung biaya produksi terhadap pendapatan usaha. 7) Untuk menguji pengaruh tidak langsung biaya promosi terhadap pendapatan usaha.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah 63 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tepung tapioka di Kabupaten Kediri dan diperoleh 20 sampel tak jenuh. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu melalui wawancara angket tertutup. Pengolahan data menggunakan *SPSS 27.0*. Alat statistik yang digunakan adalah *path analysis* (analisis jalur).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa 1) Biaya Produksi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap volume penjualan pada UMKM tepung tapioka di Kabupaten Kediri. 2) Biaya Promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap volume penjualan pada UMKM tepung tapioka di Kabupaten Kediri. 3) Biaya Produksi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pendapatan usaha pada UMKM tepung tapioka di Kabupaten Kediri. 4) Biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan usaha pada UMKM tepung tapioka di Kabupaten Kediri. 5) Volume penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pendapatan usaha pada UMKM tepung tapioka di Kabupaten Kediri. 6) Volume penjualan tidak mampu memediasi pengaruh biaya produksi terhadap pendapatan usaha pada UMKM tepung tapioka di Kabupaten Kediri. 7) Volume penjualan mampu memediasi pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan usaha pada UMKM tepung tapioka di Kabupaten Kediri.

Kata Kunci: Biaya Produksi, Biaya Promosi, Pendapatan Usaha, Volume Penjualan, UMKM.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Production Costs and Promotion Costs on Business Income with Sales Volume as an Intervening on Micro, Small and Medium Enterprises of Tapioca Flour in Kediri Regency " was written by Rada Yuhendra, NIM. 126403202117, supervisor of Dr. Ali Mauludi, AC, M.A.

This research is motivated by the important role of MSMEs in the economic growth of a country. This is because MSMEs are the largest contributor to GDP (Gross Domestic Product), absorb the most jobs, and are resistant to financial crises. In its development, Micro, Small and Medium Enterprises often face challenges both from within and from outside. Internal challenges include limited capital, management, limited innovation, and technology. External challenges include limited infrastructure, limited market access, distribution, administration and difficulty in reaching market potential. Improving the quality and competitiveness of MSMEs is a major focus in economic development strategies. By providing sufficient support, MSMEs can develop sustainably so that they can compete globally.

The objectives of this study are 1) To examine the effect of production costs on sales volume. 2) To examine the effect of promotional costs on sales volume. 3) To examine the effect of production costs on business income. 4) To examine the effect of promotion costs on business income. 5) To examine the effect of sales volume on business income. 6) To examine the indirect effect of production costs on business income. 7) To examine the indirect effect of promotion costs on business income.

The method used in this research is a quantitative approach with descriptive research type. The population in this study were 63 actors of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) of tapioca flour in Kediri Regency and obtained 20 unsaturated samples. The data collection technique in this study was through a closed questionnaire interview. Data processing using SPSS 27.0. The statistical tool used is path analysis.

Based on the results of hypothesis testing, it shows that 1) Production costs have a positive and insignificant effect on sales volume at tapioca flour MSMEs in Kediri Regency. 2) Promotion costs have a positive and insignificant effect on sales volume at tapioca flour MSMEs in Kediri Regency. 3) Production costs have a negative and insignificant effect on business income at tapioca flour MSMEs in Kediri Regency. 4) Promotion costs have a significant positive effect on business income in tapioca flour MSMEs in Kediri Regency. 5) Sales volume has a positive and insignificant effect on business income at tapioca flour MSMEs in Kediri District. 6) Sales volume is not able to mediate the effect of production costs on business income in tapioca flour MSMEs in Kediri Regency. 7) Sales volume is able to mediate the effect of promotional costs on business income in tapioca flour MSMEs in Kediri Regency.

Keywords: Production Costs, Promotion Costs, Business Income, Sales Volume, MSMEs.