

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia merupakan satu dari banyaknya negara berkembang yang berupaya untuk melakukan pembangunan di berbagai sektor, termasuk sektor perekonomian. Pembangunan diberbagai sektor ekonomi bertujuan meningkatkan kesejahteraan dan standar hidup yang lebih baik dan merata di seluruh kalangan masyarakat guna mempercepat pertumbuhan ekonomi.

Dalam suatu perekonomian negara, sektor UMKM memegang fungsi penting sebagai salah satu pilar penopang perekonomian. Ini karena UMKM adalah penyumbang (Produk Domestik Bruto) PDB terbesar, yang paling banyak menyerap lapangan kerja, serta tahan terhadap krisis moneter. Selain itu, UMKM juga merupakan salah satu sektor industri yang mampu bertahan dalam keadaan ekonomi yang tidak stabil, serta dapat dijadikan sebagai dasar dalam penciptaan wirausaha. UMKM berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan Indonesia. UMKM memiliki peran yang sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan total mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. UMKM berkontribusi terhadap PDB hingga mencapai 60,5%, dan menyerap tenaga kerja sebesar 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional (Kemenko Perekonomian, 2022).<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Gabriel F. Loho et al., "Analisis Pengaruh Modal dan Dana Bantuan Langsung Tunai terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Langowan Barat Kabupaten Minahasa pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 3.1 (2023), 73–84.

Mengingat peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang begitu besar dalam kemajuan perekonomian, pemberdayaan UMKM menjadi fokus utama bagi pemerintah. Pasal 34 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) berbunyi: “*Negara mengembangkan sistem jaminan sosial bagi seluruh rakyat dan memberdayakan masyarakat yang lemah dan tidak mampu sesuai dengan martabat kemanusiaan*”. Dari bunyi pasal tersebut menggambarkan tentang kesejahteraan sosial. Menindaklanjuti amanat dari UUD 1945 tersebut, pemerintah telah mengatur tentang perlindungan terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tersebut telah diupayakan untuk diatur tentang fungsi dan hak dari UMKM dalam menindak pertumbuhan ekonomi. Selanjutnya, Undang-Undang tersebut mewajibkan kepada pemerintah daerah untuk melindungi dalam bidang pembiayaan dan investasi.<sup>3</sup>

Keberadaan UMKM di Indonesia tergolong penting, sehingga dalam pelaksanaannya disusun regulasi mengenai UMKM yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Undang-Undang tersebut mendefinisikan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagai usaha produktif, baik sebagai individu yang dilakukan oleh orang perorangan maupun badan usaha yang bukan merupakan cabang/anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan

---

<sup>3</sup> Wuri Sumampouw et al., “Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasca Berlakunya Undang-Undang Cipta Kerja,” *Jurnal de Jure*, 13.11 (2021), 24–39.

Menengah sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang ini.<sup>4</sup> Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang termuat dalam Undang-Undang tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Kriteria UMKM Berdasarkan Undang-Undang**

<b>Ukuran Usaha</b>	<b>Kekayaan Bersih</b>	<b>Pendapatan Bersih</b>
Usaha Mikro	Maksimal Rp. 50 juta	Maksimal Rp. 300 juta
Usaha Kecil	> Rp 50 juta - Rp. 500 juta	> Rp. 300 juta - Rp. 2.5 M
Usaha Menengah	> Rp. 500 juta - Rp. 10 M	> Rp. 2.5 M - 50 M
Usaha Besar	> Rp. 10 M	> Rp. 50 M

*Sumber: UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Bab 4 Pasal 6*

Dalam perkembangannya, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sering menghadapi tantangan baik dari dalam maupun dari luar. Tantangan internal meliputi keterbatasan modal, kekurangan keterampilan dalam mengelola sumber daya yang mengakibatkan hasil produk berkualitas rendah, masalah manajemen yang belum teratasi, serta kurangnya inovasi dan pengetahuan terkait teknologi baru. Sementara itu, tantangan eksternal mencakup keterbatasan infrastruktur, kurangnya akses informasi dan pasar, kesulitan dalam distribusi dan pemasok bahan baku, biaya tinggi akibat prosedur administratif, dan kendala dalam mencapai pasar yang berpotensi.<sup>5</sup>

Di dalam mekanisme pasar, faktor-faktor yang paling utama mempengaruhi hasil penjualan adalah faktor produk, harga, promosi penjualan dan distribusi. Masalah yang sering timbul adalah perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya (realisasi biaya).

---

<sup>4</sup> Fatikha Amalia, "Pengaruh Bantuan Modal Dan Pembinaan Pemerintah Kabupaten Kediri Terhadap Pendapatan Umkm Di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri" (Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2021). (Skripsi)

<sup>5</sup> Tulus Tambunan, *Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: isu-isu penting*, Edisi Pertama (Jakarta: LP3ES, 2012).

Sehingga, untuk mencapai efisien dalam produksi, diperlukan pengelolaan biaya produksi yang efektif.<sup>6</sup>

Masalah persaingan antara perusahaan memaksa suatu perusahaan untuk terus menerus melakukan meningkatkan kualitas produk dan layanan serta mengoptimalkan efisiensi biaya produksi sehingga harga penjualan produk tetap dapat bersaing di pasar. Penghasilan perusahaan manufaktur yang diperoleh dari hasil penjualan produk yang diproses sendiri dalam hal ini perusahaan harus mengolah terlebih dahulu bahan baku melalui proses produksi menjadi barang yang siap dijual, oleh karena itu, guna mendapatkan laba yang maksimal perusahaan manufaktur harus benar-benar memperhatikan biaya produksi, sehingga harga pokok produksi dapat ditentukan dengan tepat.<sup>7</sup> Hal ini membuktikan bahwa kemampuan perusahaan dalam menetapkan biaya produksi akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh. Jika ada peningkatan biaya produksi diikuti dengan peningkatan volume penjualan, maka diharapkan akan terjadi peningkatan laba. Namun, jika biaya produksi meningkat tetapi volume penjualan menurun dan promosi berkurang, maka diharapkan akan terjadi penurunan laba.<sup>8</sup>

Selain biaya produksi, promosi merupakan indikator yang sangat penting dalam meningkatkan pendapatan. Promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk maupun jasa suatu perusahaan. Kegiatan promosi yang dilaksanakan agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai pastinya membutuhkan biaya, biaya

---

<sup>6</sup> Arum Wahyuni Purbohastuti, "Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret," *Jurnal Sains Manajemen*, 7.1 (2021), 1–17.

<sup>7</sup> Yonnade Arga Putra, "Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan terhadap laba perusahaan," *Artikel Publikasi Ilmiah* (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014). (Skripsi)

<sup>8</sup> Sofie Primadany Putri, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)," 1.1 (2023), 38–45.

ini disebut dengan biaya promosi. Promosi juga berarti aktivitas dalam mengkomunikasikan keunggulan produk maupun jasa dan membujuk sasaran untuk membelinya. Oleh karena itu, perusahaan selalu membangun komunikasi sebaik mungkin kepada konsumen dan calon konsumennya melalui kegiatan promosi. Biaya promosi yang dikelola dengan baik dan menghasilkan dampak positif diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan sehingga pendapatan perusahaan juga akan meningkat.<sup>9</sup>

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh pendapatan ditentukan juga oleh volume penjualan barang. Volume dapat diartikan sebagai kapasitas, dimana dapat diartikan sebagai jumlah unit produk yang dapat ditangani, diterima, disimpan, atau diakomodasi dalam waktu tertentu. Dengan begitu, volume penjualan dapat diartikan sebagai tingkat atau seberapa besar perusahaan mampu menjual produknya ke konsumen.<sup>10</sup>

Pertumbuhan dan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kediri mengalami perkembangan yang signifikan, di mana keberadaannya tersebar di 26 kecamatan di Kabupaten Kediri dan hampir semuanya dikelola oleh lembaga pemerintah Kabupaten Kediri. Jumlah UMKM di wilayah tersebut terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun (Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Kediri).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Kediri memiliki potensi besar untuk pertumbuhan karena letaknya yang strategis berdekatan dengan Kabupaten Tulungagung, dimana hal tersebut

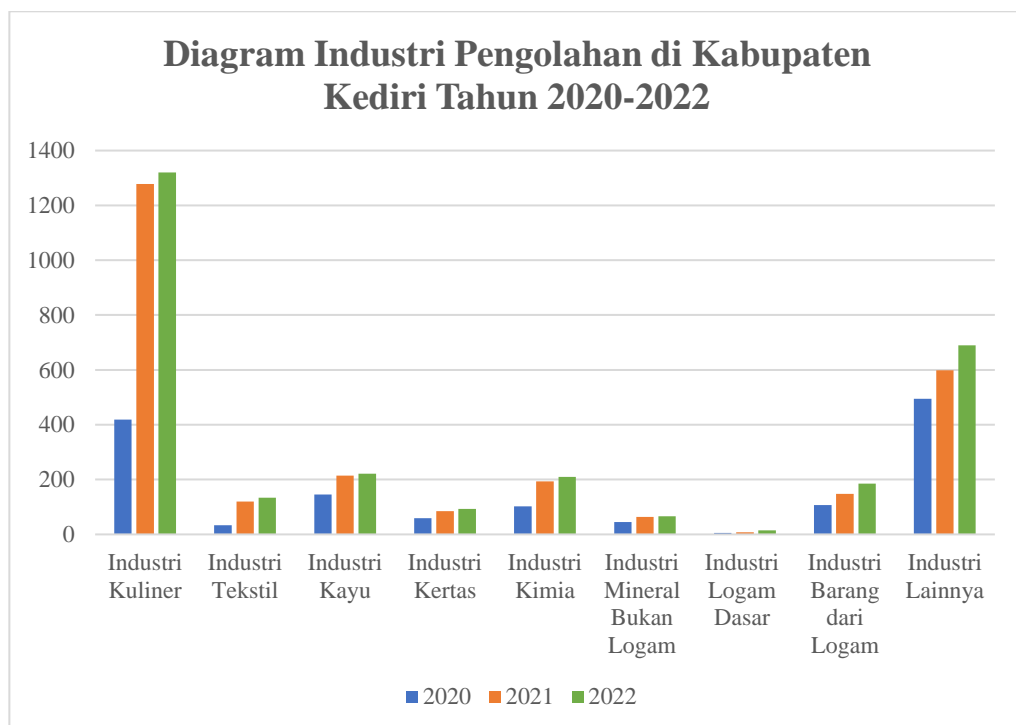
---

<sup>9</sup> Melly Anggraeni dan Reka Ardian Purnama, "Pengaruh Biaya Promosi dan Pendapatan Lain-lain Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan & Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)," *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1.1 (2020), 84–104.

<sup>10</sup> Roni Putra Adi, "Harga dan Promosi Volume Penjualan Produk Indofood PT. Indofood Sukses Makmur," *Instructional Development Journal (IDJ)*, 4.3 (2021), 333–343.

memungkinkan untuk perluasan pangsa pasar bagi produk hasil UMKM. Selain itu, Kabupaten Kediri memiliki beragam objek wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan dari luar daerah sehingga memudahkan untuk mempromosikan produk UMKM. Karena potensi tersebut, banyak masyarakat yang mendirikan usaha sehingga menyebabkan jumlah UMKM di Kabupaten Kediri berkembang cukup pesat dan terus mengalami peningkatan. Berikut merupakan data banyaknya pengusaha industri pengolahan berdasarkan kelompok tenaga kerja dan jenis industri di Kabupaten Kediri tahun 2020 sampai tahun 2022:

**Gambar 1. 1**  
**Diagram Industri Pengolahan di Kabupaten Kediri**



*Sumber: Dinas Perdagangan Kabupaten Kediri*

Gambar 1.1 menyajikan informasi tentang UMKM di Kabupaten Kediri mengalami kenaikan jumlah setiap tahunnya. Terdapat sembilan jenis industri pengolahan yaitu industri makanan, minuman, dan tembakau, industri tekstil, pakaian jadi, dan kulit, industri kayu, industri kertas dan barang dari kertas,

industri kimia dan barang dari bahan kimia, minyak bumi, batu bara, karet dan plastik, industri barang mineral bukan logam, industri logam dasar, industri barang dari logam, mesin, dan peralatannya, dan industri pengolahan lainnya. Industri tersebut di dominasi oleh industri makanan, minuman dan tembakau dengan jumlah terbanyak untuk setiap tahunnya.

Pada umumnya singkong diolah menjadi tepung tapioka. Tepung tapioka (cassava-root flour) merupakan tepung hasil ekstraksi singkong yang memiliki karakteristik yang serupa dengan tepung sagu, sehingga dalam penggunaannya dapat saling menggantikan atau disubstitusi. Jenis tepung yang terbuat dari singkong dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu tepung gaplek, tepung kasava, dan tepung tapioka. Dari ketiga jenis tepung tersebut, yang paling sering dijumpai dan digunakan adalah tepung tapioka. Salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang menjadi sentra industri pengolahan tepung tapioka adalah Kabupaten Kediri, dikarenakan produktivitas singkong Kabupaten Kediri mengalami pertumbuhan cukup tinggi.<sup>11</sup> Berikut adalah data banyaknya produktivitas ubi kayu di Kabupaten Kediri yang terdiri dari 26 kecamatan tahun 2020-2022:

**Tabel 1.2**  
**Produktivitas Ubi Kayu Tahun 2020-2022**

No.	Kecamatan	Produktivitas Ubi Kayu					
		Produksi (Kw)			Rata-rata (Kw/Ha)		
		2020	2021	2022	2020	2021	2022
1	Mojo	631.302	643.950	643.500	355	385	390
2	Semen	184.937	165.960	166.430	350	390	389
3	Ngadiluwih	24.525	25.450	26.140	350	391	390
4	Kras	18.457	26.200	26.660	350	396	380
5	Ringinrejo	22.890	30.050	29.650	350	390	380
6	Kandat	116.267	97.500	93.110	350	394	380
7	Wates	91.560	99.550	93.110	350	390	380
8	Ngancar	63.703	5.550	6.460	350	396	380
9	Plosoklaten	5.704	6.490	6.500	350	405	382

<sup>11</sup> Agung Wijayanto et al., "Rancangbangun Mesin Pamarut Gaplek Basah dengan Mekanisme Dua Silinder Pamarut," *TekTan Jurnal Ilmiah Teknik Pertanian*, 13.1 (2021), 1–56.

10	Gurah	18.530	18.450	17.120	350	392	380
11	Kandangan	10.282	11.150	10.260	350	398	380
12	Pare	14.897	13.050	13.300	350	383	380
13	Badas	3.997	3.550	3.780	350	394	378
14	Papar	-	390	-	-	390	-
15	Kayenkidul	-	1.580	1.080	-	395	360
16	Banyakan	290.667	319.000	307.900	350	398	389
17	Grogol	45.900	42.500	39.900	350	393	399
18	Tarokan	56.133	63.700	64.450	350	393	405

Sumber: Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Kediri

Tabel 1.2 menyajikan suatu informasi tentang tingginya produktivitas ubi kayu setiap tahunnya. Terdapat 26 kecamatan yang menjadi sentra industri pengolahan tepung tapioka di kabupaten Kediri. Produktivitas tersebut di dominasi oleh kecamatan Mojo, dengan produksi tertinggi.

Penelitian pendahulu yang serupa dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Maulidina Rahmanita pada tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan sebagai Variabel Intervening”.<sup>12</sup> Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Penelitian lain dilakukan oleh I Made Ari Y. dan I Ketut Puja Wirya S. pada tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017”.<sup>13</sup> Penelitian ini bertujuan untuk meneliti

<sup>12</sup> Maulidina Rahmanita, “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening,” *Dalam Skripsi Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta*, 5.December (2017), 118–38.

<sup>13</sup> I Made Ari Yuda dan I Ketut Puja Wirya Sanjaya, “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017,” *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, 19.1 (2020), 35–42.



pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan.

Adapun perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh I Made Ari Yuda dan I Ketut Puja Wirya Sanjaya pada tahun 2020 adalah terletak pada variabel independen. Penelitian ini menggunakan variabel biaya produksi dan biaya promosi. Sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan variabel biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan. Objek penelitian ini adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tepung tapioka di Kabupaten Kediri. Sedangkan onjek penelitian sebelumnya adalah pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017. Selanjutnya, penelitian ini dilakukan pada tahun 2024 sedangkan pada penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2020.

Berdasarkan paparan yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap pendapatan usaha. Oleh karena itu, penelitian ini akan dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“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”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah adalah proses mengidentifikasi atau mengenali suatu permasalahan maupun isu yang perlu diselesaikan. Hal ini merupakan langkah awal dalam pemecahan masalah dan perencanaan tindakan lebih lanjut. Mengacu pada latar belakang, peneliti dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang menjadi faktor penelitian yaitu dapat dilihat dari rendahnya pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang disebabkan oleh tingginya biaya produksi dan tingginya biaya promosi yang dapat mempengaruhi keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tepung tapioka di Kabupaten Kediri.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti dapat merumuskan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tepung tapioka di Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tepung tapioka di Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana pengaruh biaya produksi terhadap pendapatan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tepung tapioka di Kabupaten Kediri?
4. Bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tepung tapioka di Kabupaten Kediri?
5. Bagaimana pengaruh volume penjualan terhadap pendapatan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tepung tapioka di Kabupaten Kediri?

6. Bagaimana pengaruh tidak langsung antara biaya produksi terhadap pendapatan usaha melalui volume penjualan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tepung tapioka di Kabupaten Kediri?
7. Bagaimana pengaruh tidak langsung antara biaya promosi terhadap pendapatan usaha melalui volume penjualan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tepung tapioka di Kabupaten Kediri?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tepung tapioka di Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tepung tapioka di Kabupaten Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap pendapatan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tepung tapioka di Kabupaten Kediri.
4. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tepung tapioka di Kabupaten Kediri.
5. Untuk mengetahui pengaruh volume penjualan terhadap pendapatan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tepung tapioka di Kabupaten Kediri.

6. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara biaya produksi terhadap pendapatan usaha melalui volume penjualan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tepung tapioka di Kabupaten Kediri.
7. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara biaya promosi terhadap pendapatan usaha melalui volume penjualan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah tepung tapioka di Kabupaten Kediri.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, diharapkan penelitian ini nantinya dapat memberikan manfaat dan kegunaan, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Secara Teoritis**

Kegunaan penelitian secara teoritis adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menambah referensi mengenai analisis biaya produksi dan biaya promosi terhadap pendapatan usaha.
- b. Sebagai bahan acuan dan referensi pada penelitian sejenis di masa yang akan datang.

##### **2. Secara Praktis**

Kegunaan penelitian secara praktis adalah sebagai berikut:

###### **a. Bagi Akademik**

Penelitian ini ditujukan guna menjadi acuan, pedoman, pertimbangan, serta dijadikan bahan masukan dan referensi yang relevan bagi mahasiswa yang mengadakan penelitian dengan masalah yang serupa khususnya untuk mahasiswa program studi Akuntansi Syariah.

b. Bagi Pihak Terkait

Penelitian ini diharapkan mampu membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memecahkan masalah dan sebagai bahan masukan guna pengambilan keputusan dalam hal perencanaan biaya produksi dan biaya promosi terhadap pendapatan usaha.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu membantu peneliti dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh pada saat perkuliahan terkait biaya produksi dan biaya promosi terhadap pendapatan usaha pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

## **F. Ruang Lingkup Penelitian dan Keterbatasan Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup merupakan suatu batasan yang memudahkan dilaksanakannya penelitian agar lebih terarah, efektif, dan efisien guna memisahkan aspek tertentu terhadap suatu objek. Sedangkan pembatasan masalah adalah usaha untuk menetapkan batasan masalah penelitian yang akan diteliti. Ruang lingkup dalam penelitian ini dibagi atas dua variabel, yakni sebagai berikut:

a. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel dalam suatu penelitian atau eksperimen yang diubah atau dimanipulasi untuk melihat pengaruh atau efeknya terhadap variabel lain yang disebut variabel dependen. Variabel

independen adalah faktor atau kondisi yang diasumsikan memiliki pengaruh atau mempengaruhi variabel dependen.

Dalam penelitian ini terdiri dari beberapa variabel independen, yaitu sebagai berikut:

- 1) Biaya Produksi ( $X_1$ )
- 2) Biaya Promosi ( $X_2$ )

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel dalam suatu penelitian atau eksperimen yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen adalah hasil atau respons dari perubahan yang diinduksi oleh manipulasi variabel independen. Dalam konteks eksperimen ilmiah, variabel dependen adalah yang diukur, diamati, atau diobservasi untuk menilai efek dari perubahan pada variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Pendapatan Usaha (Y).

c. Variabel Intervening

Variabel intervening, juga dikenal sebagai variabel mediator, adalah variabel yang muncul antara variabel independen dan variabel dependen dalam suatu model penelitian atau analisis statistik. Variabel intervening adalah variabel yang dianggap menjadi bagian penting dari rantai kausalitas antara variabel independen dan variabel dependen. Ini mengasumsikan bahwa variabel independen memiliki pengaruh pada variabel intervening, yang pada gilirannya mempengaruhi variabel dependen. Dengan kata lain, variabel intervening menjelaskan proses

atau mekanisme di mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Variabel dalam penelitian ini adalah Volume Penjualan ( $Z$ ).

## 2. Keterbatasan penelitian

Batasan masalah bertujuan untuk mengidentifikasi faktor mana saja yang termasuk dalam ruang lingkup masalah penelitian. Berdasarkan identifikasi masalah yang dijelaskan sebelumnya, peneliti membatasi masalah yang akan diteliti agar lebih fokus dan spesifik. Pendapatan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, akan tetapi dalam penelitian ini hanya berfokus pada penelitian dengan variabel yang diangkat oleh peneliti. Adapun variabel yang diteliti meliputi variabel independen ( $X$ ) yang terdiri dari Biaya Produksi ( $X_1$ ) dan Biaya Promosi ( $X_2$ ). Sedangkan variabel dependen ( $Y$ ) yaitu Pendapatan Usaha ( $Y$ ) serta menggunakan variabel intervening yaitu Volume Penjualan ( $Z$ ). Objek dalam penelitian ini hanya berfokus pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Tepung Tapioka di Kabupaten Kediri.

## G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah digunakan untuk menghindari kesalahan persepsi, serta memudahkan untuk memahami pokok-pokok permasalahan dalam uraian selanjutnya. Penegasan istilah dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua macam, sebagai berikut:

### 1. Penegasan Konseptual

Penegasan konseptual mengacu pada pengklasifikasian dan pemahaman yang lebih dalam terhadap suatu konsep, maka peneliti terlebih dahulu mengemukakan beberapa pengertian yang terdapat dalam judul

proposal skripsi diatas. Berikut ini istilah-istilah yang akan peneliti kemukakan dalam judul tersebut:

a. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa. Dengan kata lain biaya manufaktur juga disebut biaya produksi atau biaya pabrik, biasanya didefinisikan sebagai jumlah dari tiga elemen biaya, seperti biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik.<sup>14</sup>

b. Biaya Promosi

Biaya promosi merujuk pada uang yang dikeluarkan perusahaan untuk mendukung kegiatan promosi produk. Perusahaan melakukan ini dengan tujuan mencapai hasil yang sesuai dengan harapan perusahaan dalam kegiatan promosi tersebut. Hal ini dilakukan oleh pihak perusahaan dengan sebaik mungkin supaya hasil yang dilakukan dalam kegiatan promosi sesuai dengan yang diharapkan perusahaan.<sup>15</sup>

c. Volume Penjualan

Volume penjualan adalah hasil dari pengukuran kuantitatif terkait dengan penjualan suatu produk atau jasa, diekspresikan dalam satuan fisik atau jumlah yang terjual. Ini mencerminkan seberapa besar jumlah barang atau jasa yang berhasil dijual dalam suatu periode tertentu, menggambarkan besarnya aktivitas perdagangan yang dilakukan oleh perusahaan atau bisnis dalam mencapai tujuan penjualan. Semakin besar

---

<sup>14</sup> Nirfandi dkk Gonibala, "Analisis Pengaruh Modal dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Kitamobagu," *Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19.01 (2019), 56–67.

<sup>15</sup> Ilyas Indra et al., "Pengaruh biaya promosi terhadap penjualan," *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 24.4 (2022), Hal 711-716.



jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang dihasilkan perusahaan.<sup>16</sup>

#### d. Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah uang yang dihasilkan dari suatu kegiatan atau usaha. Sumber utama penghasilan perusahaan berasal dari operasi inti, yaitu kegiatan produksi. Keuntungan didapatkan dari hasil penjualan produk. Namun, perusahaan tidak hanya mengandalkan pendapatan dari penjualan produk, melainkan juga dapat memperoleh pendapatan dari berbagai sumber lain selain penjualan. Penggunaan aset yang menghasilkan pendapatan perusahaan, seperti penjualan kembali aset tetap juga dapat menambah pendapatan.<sup>17</sup>

## 2. Penegasan Operasional

Penegasan operasional adalah proses mendefinisikan suatu konsep atau variabel abstrak dengan cara yang dapat diukur, di observasi, atau dioperasikan secara konkret dan spesifik. Penegasan operasional dimaksudkan untuk memberi kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak muncul berbagai penafsiran terhadap judul penelitian. Dengan mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap pendapatan usaha diharapkan mampu membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tepung tapioka dalam memecahkan masalah serta sebagai bahan masukan agar mempermudah dalam pengambilan keputusan.

---

<sup>16</sup> Budieli Hulu et al., "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud.Mitra Kecamatan Amandraya," *Jurnal Riset Manajemen dan Binsis*, 6.2 (2021), 16–25.

<sup>17</sup> Ery Suryanti, Hendra Lesmana, and Husni Mubarak, 'Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM', *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 13.1 (2021), 60–72.

## H. Sistematika Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini dapat mempermudah pembaca guna memahami urutan-urutan yang sistematis dari sebuah karya ilmiah. Penulisan skripsi disusun menjadi tiga bagian, yakni bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir. Adapun penjelasan ketiga bagian tersebut yakni sebagai berikut:

### 1. Bagian Awal

Bagian ini meliputi Halaman Sampul Depan, Halaman Judul, Halaman Persetujuan, Halaman Pengesahan, Motto, Halaman Persembahan, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar, Daftar Lampiran, dan Abstrak.

### 2. Bagian Utama

Bagian ini terdiri dari enam bab, diantaranya:

#### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari beberapa sub bab diantaranya Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian, Penegasan Istilah dan Sistematika Penulisan Skripsi.

#### **BAB II            LANDASAN TEORI**

Bab ini terdiri dari pembahasan dan penjelasan semua variabel yang didasarkan pada teori dan kajian penelitian terdahulu.

#### **BAB III          METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari beberapa sub bab diantaranya Jenis Penelitian, Populasi, Sampling, Sampel Penelitian, Sumber

Data Variabel dan Skala Pengukuran-nya, Teknik Pengumpulan Data, dan Analisis Data.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari uraian mengenai paparan data yang diuraikan dengan topik yang sesuai dengan pernyataan-pernyataan dan hasil analisis data. Pemaparan tersebut diperoleh melalui wawancara angket tertutup.

#### **BAB V PEMBAHASAN**

Bab ini terdiri dari pembahasan terkait 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 yang telah dilakukan dengan mencocokkan teori-teori serta hasil dari uji statistik.

#### **BAB VI PENUTUP**

Bab ini meliputi hasil dalam penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan dan berisi saran guna melakukan riset lanjutan serta pemanfaatan hasil yang telah diteliti.

### 3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir ini terdiri dari Daftar Pustaka, Surat Izin Penelitian, Surat Keterangan Penelitian, Lampiran-lampiran, Kartu Kendali Bimbingan, Surat Pernyataan Keaslian Tulisan, dan Daftar Riwayat Hidup.