

**PENGARUH MODAL USAHA, HARGA JUAL, DAN BIAYA
PROMOSI TERHADAP PENDAPATAN USAHA KULINER
DI KECAMATAN DRIYOREJO (STUDI PADA USAHA
KULINER YANG TERDAFTAR DI DRY-JEK)**

SKRIPSI

Oleh
NURUL HIDAYAH
NIM: G72219063



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2023**

PERNYATAAN

Saya, Nurul Hidayah, G72219063, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 12 Juni 2023



Nurul Hidayah
NIM. G72219063

Surabaya, 12 Juni 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Hastanti Agustin Rahayu', with a stylized flourish at the end.

Hastanti Agustin Rahayu, M.Acc., Ak., CA., BKP

NIP. 198308082018012001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH MODAL USAHA, HARGA JUAL, DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP PENDAPATAN USAHA KULINER DI KECAMATAN DRIYOREJO (STUDI PADA USAHA KULINER YANG TERDAFTAR DI DRY-JEK)

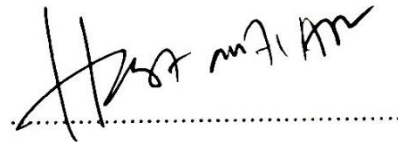
Oleh
Nurul Hidayah
NIM: G7229073

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal
06 Juli 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Susunan Dewan Penguji:

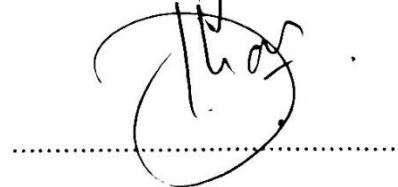
1. Hastanti Agustin Rahayu, M.Acc.
NIP. 198308082018012001
(Penguji 1)
2. Binti Shofiatul Jannah, SE, M.S.A
NIP. 199007292019032022
(Penguji 2)
3. Mochammad Ilyas Junjuran, SE., M.A.
NIP. 199303302019031009
(Penguji 3)
4. Ashari Lintang Yudhanti, SE., M.Ak
NIP. 199411082019032021
(Penguji 4)

Tanda Tangan:









Surabaya, 06 Juli 2023



Dr. Syarif Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : NURUL HIDAYAH
NIM : G72219063
Fakultas/Jurusan : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / AKUNTANSI
E-mail address : nurulh2000@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENGARUH MODAL USAHA, HARGA JUAL, DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP

PENDAPATAN USAHA KULINER DI KECAMATAN DRIYOREJO

(STUDI PADA USAHA KULINER YANG TERDAFTAR DI DRY-JEK)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 21 September 2023

Penulis

(NURUL HIDAYAH)

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Modal Usaha, Harga Jual, dan Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Usaha Kuliner di Kecamatan Driyorejo (Studi pada Usaha Kuliner Yang Terdaftar Di DRY-JEK)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel modal usaha, harga jual, dan biaya promosi memiliki pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo. Penelitian ini menggunakan objek para pengusaha kuliner di Kecamatan Driyorejo yang terdaftar di DRY-JEK.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang berguna untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebanyak 57 pelaku usaha yang diperoleh dengan teknik *probability sampling*. Dalam pengujian hipotesis penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dan data diolah dengan menggunakan program SPSS 26.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial variabel independen modal usaha, harga jual, dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha. Dan variabel independen modal usaha, harga jual, dan biaya promosi mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen pendapatan usaha, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen tersebut harus diperhatikan karena memiliki pengaruh terhadap pendapatan.

Berdasarkan penelitian ini, saran yang dapat disampaikan adalah untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lainnya dan mengembangkan variabel yang belum diteliti oleh peneliti sebelumnya. Untuk pengusaha kuliner, hasil dari menguji variabel independen tersebut selalu dipertahankan dan ditingkatkan. Untuk platform DRY-JEK diharapkan dapat terus memperkenalkan platformnya agar semakin dikenal oleh para pengusaha kuliner dan lainnya yang ada di Kecamatan Driyorejo dan sekitarnya.

Kata kunci: modal usaha, harga jual, biaya promosi, pendapatan usaha

ABSTRACT

This study is entitled "The Effect of Business Capital, Selling Price, and Promotion Costs on Culinary Business Income in Driyorejo District (Study on Culinary Businesses Registered in DRY-JEK)". This study aims to determine whether the variables of business capital, selling price, and promotion costs have a partial or simultaneous influence on culinary business income in Driyorejo District. This study uses the object of culinary entrepreneurs in Driyorejo District who are registered with DRY-JEK.

This study uses an associative quantitative approach. Associative research is research that is useful for knowing the relationship between two or more variables. This study uses primary data obtained from questionnaires. The sample used for this study was 57 people obtained by probability sampling technique. In testing the research hypothesis using multiple linear regression analysis and data processed using the SPSS 26 program.

The results of this study prove that partially the independent variables of business capital, selling price, and promotion costs have a significant effect on business income. And the independent variables of business capital, selling price, and promotion costs have a simultaneous influence on the dependent variable on business income, this shows that the independent variable must be considered because it has an influence on income.

Based on this research, the suggestion that can be conveyed is that further research can add other variables and develop variables that have not been studied by previous researchers. For culinary entrepreneurs, the results of testing these independent variables are always maintained and improved. For the DRY-JEK platform, it is hoped that it can continue to introduce its platform so that it is increasingly recognized by culinary entrepreneurs and others in Driyorejo District and its surroundings.

Keywords: business capital, selling price, promotion costs, business income

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TsABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB 2 LANDASAN TEORI	10
2.1 Akuntansi Manajerial.....	10
2.2 Teori Sinyal.....	12
2.3 Modal Usaha	14
2.4 Harga Jual	15
2.5 Biaya Promosi.....	18
2.6 Pendapatan Usaha	20
2.7 Usaha Kuliner	22
2.8 Penelitian Terdahulu	24
2.9 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	30
2.10 Kerangka Konseptual	35
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	37

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
3.5 Data dan Sumber Data	40
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.7 Teknik Analisis Data	42
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	42
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.3 Uji Hipotesis	44
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.1 Lokasi Penelitian	47
4.1.2 Karakteristik Sampel Penelitian	48
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden	49
4.2.2 Deskripsi Alamat Responden	49
4.2.3 Deskripsi Jenis Usaha Responden	51
4.2.4 Deskripsi Lama Usaha Responden	52
4.2.5 Deskripsi Modal Usaha Responden.....	53
4.2.6 Deskripsi Harga Jual Responden	54
4.2.7 Deskripsi Pendapatan Usaha Responden.....	55
4.2.8 Deskripsi Biaya Promosi Responden.....	56
4.3 Analisis Data.....	57
4.3.1 Statistik Deskriptif	57
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.3.3 Uji Hipotesis	62
4.4 Pembahasan	67
BAB 5 PENUTUP.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.2 Alamat Responden	50
Tabel 4.3 Jenis Usaha Responden	51
Tabel 4.4 Lama Usaha Responden	52
Tabel 4.5 Modal Usaha Responden	53
Tabel 4.6 Harga Jual Responden	54
Tabel 4.7 Biaya Promosi Responden	56
Tabel 4.8 Pendapatan Usaha Responden	55
Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4.13 Hasil Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.14 Hasil Uji T	64
Tabel 4.15 Hasil Uji F	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram DRY-JEK	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian	81
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 3 Jawaban Responden.....	86



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha kuliner semakin mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir disebabkan semakin beragamnya jenis kuliner yang berasal dari Indonesia hingga kuliner mancanegara serta makanan sebagai kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi. Seperti pada provinsi Jawa Timur perkembangan usaha kuliner turut mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya. Mengutip data Badan Pusat Statistik (BPS) provinsi Jawa Timur tahun 2022, usaha penyediaan akomodasi dan makan minum berada pada posisi kedua dengan pertumbuhan sebesar 9,34 persen dari delapan jenis lapangan usaha yang terdata pada BPS provinsi Jawa Timur. Sedangkan untuk tahun 2020, usaha penyediaan akomodasi dan makan minum mengalami penurunan atau minus yaitu 8,85 persen dan pada tahun 2021 telah mengalami peningkatan menjadi 3,06 persen. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dirilis tahun 2022, Jawa Timur berada di urutan ketiga yang mempunyai usaha kuliner terbanyak di Indonesia dengan jumlah 821 usaha kuliner.

Usaha kuliner semakin berkembang juga dipengaruhi dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang cenderung memilih makanan dari luar dibandingkan dengan memasak sendiri. Hasil riset dari Populix menyatakan bahwa 75 persen generasi Z dan milenial lebih memilih membeli makanan

dengan kurun waktu 1 minggu dapat memesan makanan secara online sampai dua atau tiga kali (Afriyadi, 2023). Waktu menunggu pesanan makanan secara online dengan memasak sendiri yang memerlukan waktu juga mempengaruhi masyarakat lebih memilih membeli makanan. Dikutip dari Tempo.com, Grab Asia Tenggara mengungkapkan bahwa mitra atau sopir GrabFood umumnya memerlukan waktu 6 hingga 11 menit untuk menunggu pesannya selesai dimasak oleh pihak rumah makan (Chairunnisa, 2023).

Banyaknya lapangan usaha di wilayah Jawa Timur yang dapat dikembangkan sebagai suatu usaha yang memiliki peluang besar. Salah satu lapangan usaha yaitu penyedia akomodasi dan makan minum seperti usaha kuliner yang mempunyai potensi dalam memperoleh pendapatan dan menyerap tenaga kerja. Dikutip dari kompas.com, Sandiaga Salahuddin Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI berkata bahwa usaha kuliner sebagai peluang yang amat besar dalam meningkatkan ekonomi kreatif di Indonesia dengan dominasi 20 juta lapangan kerja di bidang kuliner. Kemudian Sandiaga Salahuddin Uno juga mengungkapkan bahwa sektor ekonomi kreatif bidang kuliner memberikan sumbangan pendapatan tertinggi kepada negara sebesar 42 persen diikuti bidang fesyen dan kriya (Agmasari, 2021).

Pendapatan adalah hasil yang didapatkan dalam menjalankan sebuah usaha dan merupakan sebuah tujuan utama yang ingin dicapai dalam melakukan usaha. Pendapatan harus terus berjalan dan bergerak dengan

konsisten agar proses kegiatan usaha terus berlangsung. Besar kecilnya pendapatan yang diperoleh berpengaruh pada keberhasilan usaha. Semakin besar pendapatan yang diperoleh dibandingkan biaya yang dikeluarkan, maka usaha tersebut memperoleh keuntungan. Sedangkan ketika pendapatan yang didapatkan lebih kecil dibandingkan biaya dikeluarkan yang dalam kegiatan usaha, maka kegiatan usaha tersebut mengalami kerugian. Selisih pendapatan dan biaya yang dikeluarkan walaupun sedikit namun menyebabkan kerugian tersebut harus segera diperbaiki, agar mendapatkan pendapatan yang tinggi. Pengusaha harus selalu mempertahankan aktivitas operasional usahanya untuk menghasilkan keuntungan dengan selalu mengawasi pendapatan yang dihasilkan dan pengeluaran dalam kegiatan usaha. Pengusaha kuliner juga perlu melakukan pengawasan dengan selalu mencermati faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan.

Faktor modal usaha, harga jual, dan biaya promosi merupakan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap pendapatan dalam menjalankan usaha. Berlandaskan KBBI, “modal adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya”. Dalam menjalankan suatu usaha, modal adalah kunci utama usaha. Tanpa cukup modal, sebuah usaha mungkin tidak akan bisa meningkat. Memiliki cukupnya modal berarti produk yang dijual memiliki stok cukup besar dan beraneka ragam, yang kemudian akan menghasilkan pendapatan sesuai target. Klaim ini juga dikuatkan penelitian oleh Andri Waskita Aji dan Sela Putri Listyaningrum (2021), Dipa Krishna Chanda Natha dan Ni Putu

Martini Dewi (2021), Muksal et al. (2020), dan Ayu Dwi Lestari (2018), yang sama-sama mengklaim bahwa modal usaha memiliki pengaruh menguntungkan terhadap pendapatan yang dihasilkan oleh usaha.

Faktor lain yang mempengaruhi pendapatan usaha adalah harga jual. Supriyono mendefinisikan harga jual sebagai jumlah uang yang dibebankan unit bisnis kepada pelanggan atau pembeli sebagai imbalan atas barang atau jasa yang diserahkan atau diberikan (Santi *et al.*, 2019). Penetapan harga bertujuan untuk membujuk konsumen dan pedagang untuk menyepakati harga barang yang disediakan agar sama-sama mendapat kewajaran dan besarnya manfaat. Menurut studi oleh Santi et al. (2018), Alfiani dkk. (2018), Alberto A.R. Lein dan Nyoman Djinar Setiawina (2018), dan Melandari et al. (2022), harga jual mempengaruhi pendapatan usaha dengan positif. Sedangkan penelitian Sri Fitri Handayani (2020) menyatakan bahwa harga jual tidak berpengaruh terhadap pendapatan.

Selain harga jual dan modal usaha, biaya promosi juga berperan dalam menentukan pendapatan usaha. Jumlah uang yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk promosi guna meningkatkan penjualan adalah makna biaya promosi menurut Henry Simamora dalam (Dewi, 2017). Promosi dilakukan untuk menginfokan kepada masyarakat dan memperkenalkan barang-barang perusahaan mereka. Dalam memaksimalkan kegiatan promosi memerlukan adanya biaya berupa biaya promosi. Para pelaku usaha yang telah mengeluarkan biaya untuk promosi berharap barang yang dijualnya laris dan terkenal. Kemudian menurut temuan penelitian

Listiawati et al. (2021) dan Sri Fitri Handayani (2020) mengungkapkan biaya promosi berdampak pada pendapatan usaha.

Sebagai kecamatan yang berada dalam kawasan Kabupaten Gresik, Kecamatan Driyorejo berada didaerah yang berbatasan dengan Kota Surabaya dan Kabupaten Sidoarjo. Kedekatan dengan dua kota besar atau kabupaten tersebut dengan Kecamatan Driyorejo, maka banyak terjadi mobilitas dari wilayah Driyorejo ke dua kota atau kabupaten tersebut untuk tujuan pekerjaan dan pendidikan. Kecamatan Driyorejo yang memiliki 148 industri menengah besar atau 25,5 persen dari total industri yang berada di Kabupaten Gresik merupakan wilayah terbesar untuk jenis industri ini pada tahun 2018, menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) kabupaten Gresik tahun 2021, penduduk Kecamatan Driyorejo rata-rata bekerja dalam ranah industri yaitu sebanyak 31.019 penduduk. Sebagai daerah industri terbesar di Kabupaten Gresik menyebabkan banyak berdirinya pabrik dan pendatang yang bekerja serta memilih bertempat tinggal di Kecamatan Driyorejo. Banyak masyarakat yang bekerja di pabrik dan pendatang dari luar kota menjadikan peluang masyarakat sekitar untuk mendirikan usaha dan memperoleh pendapatan, yaitu salah satunya berdagang seperti usaha kuliner (Khozim et al., 2020).

Usaha kuliner sekarang dapat dijual secara online berkat kemajuan teknologi dengan memasarkan melalui media sosial atau mendaftarkan usaha kulinernya di berbagai platform pengiriman makanan. Pengusaha kuliner di Kabupaten Driyorejo memanfaatkan DRY-JEK sebagai salah satu

layanan pesan antar makanan online. DRY-JEK memiliki kemitraan dengan lebih dari 100 usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo dan sekitarnya, menurut informasi yang diambil dari laman Instagram DRY-JEK. Berdasarkan sosial media DRY-JEK, mitra yang bekerjasama sebanyak 100 lebih mitra, memiliki arti bahwa jumlah mitra cukup besar untuk cakupan satu kecamatan sehingga DRY-JEK mampu berkembang secara beriringan dengan platform *online food delivery* (OFD) besar di Indonesia.



Gambar 1.1 Instagram DRY-JEK

DRY-JEK adalah platform layanan pesan antar yang dirancang khusus untuk UMKM di lingkungan Driyorejo. Mitra usaha DRY-JEK telah menyebar ke seluruh desa di Kecamatan Driyorejo yaitu Bambe, Banjaran, Cangkir, Driyorejo, Gadung, Karangandong, Kesamben Wetan, Krikilan, Mojosarirejo, Mulung, Petiken, Randegansari, Sumpat, Tanjungan, Tenaru,

dan Wedoroanom. Untuk mendongkrak pendapatan para pengusaha kuliner, DRY-JEK dapat menjadi solusi dalam membantu membangun usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo dengan cara bersama-sama menawarkan harga yang murah.

Melihat latar belakang di atas, dapat diasumsikan bahwa berbagai faktor, seperti modal usaha, harga jual, dan biaya promosi berdampak pada pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo. Penulis ingin melakukan penelitian melalui judul penelitian “Pengaruh Modal Usaha, Harga Jual, dan Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Usaha Kuliner Di Kecamatan Driyorejo (Studi Pada Usaha Kuliner yang Terdaftar di DRY-JEK)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo?
2. Apakah harga jual berpengaruh terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo?
3. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo?
4. Apakah modal usaha, harga jual, dan biaya promosi berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut mengingat rumusan masalah dijelaskan di atas:

1. Menguji pengaruh modal usaha terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo.
2. Menguji pengaruh harga jual terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo.
3. Menguji pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo.
4. Menguji pengaruh modal usaha, harga jual, dan biaya promosi secara simultan terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo.

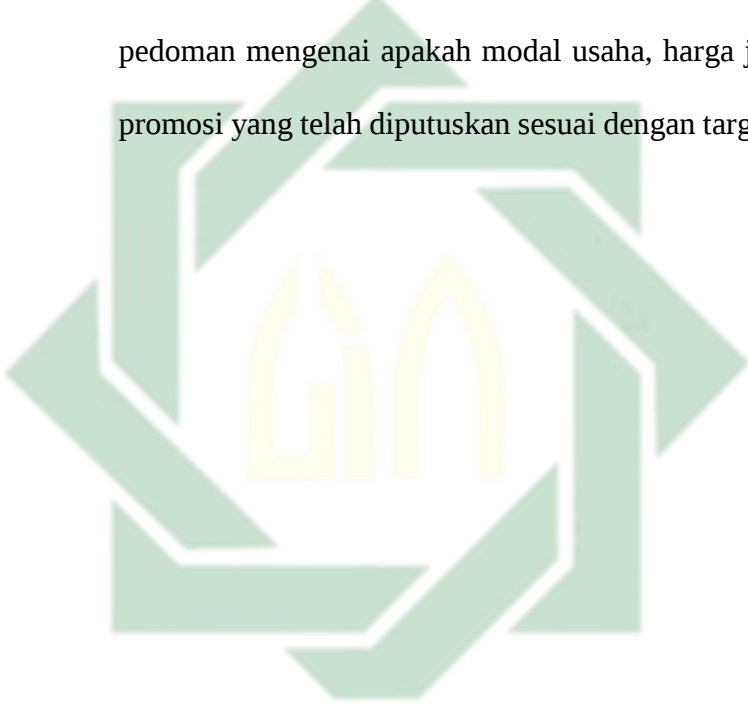
1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian diinginkan bisa menunjang dalam menerangkan dampak modal usaha, harga jual, dan biaya promosi terhadap pendapatan usaha kuliner.
2. Untuk lingkungan akademisi, hasil penelaahan menjadi sumber gagasan bagi kemajuan ilmu pengetahuan akademik dan sebagai landasan atau tambahan bukti bagi peneliti selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dimaksudkan sebagai alat bagi peneliti dalam menerapkan pemahaman terkait variabel-variabel yang memiliki pengaruh untuk pendapatan usaha.
2. Untuk pelaku usaha, penelitian ini dimaksudkan dapat sebagai pedoman mengenai apakah modal usaha, harga jual, dan biaya promosi yang telah diputuskan sesuai dengan target pendapatan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Akuntansi Manajerial

Akuntansi manajerial adalah penyediaan informasi akuntansi untuk pengguna internal perusahaan (Mowen et al., 2017). Tujuan akuntansi manajerial dalam suatu perusahaan adalah untuk memberikan pedoman bagi para pengambil keputusan, termasuk pemilik, direktur utama, dan manajer di departemen yang bertugas menjalankan tujuan atau sasaran perusahaan. Peran akuntansi manajerial perusahaan bertanggung jawab untuk penentuan harga pokok produksi, analisis biaya volume laba, biaya yang relevan untuk pengambilan keputusan, menentukan harga jual, investasi, sistem pengendalian manajemen, harga transfer, dan *balanced scorecard* (Sujarweni, 2015).

Banyak orang memerlukan informasi yang diberikan oleh akuntansi manajerial, tetapi manajer dan karyawan khususnya membutuhkan informasi yang menyeluruh dan terkini. Manajer dapat merencanakan, mengendalikan, dan membuat keputusan dengan menggunakan informasi akuntansi manajerial. Perencanaan (*planning*) adalah formulasi aktivitas manajemen yang terperinci untuk mencapai tujuan tertentu (Mowen et al., 2017). Perencanaan membutuhkan perumusan tujuan dan identifikasi strategi untuk mencapai tujuan.

Informasi kedua dalam akuntansi manajerial adalah menyediakan informasi untuk pengendalian aktivitas organisasi. Pengendalian (*controlling*) adalah akuntansi manajerial yang berguna untuk mengawasi implementasi rencana serta melakukan perbaikan yang diperlukan (Mowen et al., 2017). Untuk menjamin bahwa rencana tersebut dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka manajer dan pekerja harus melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan rencana yang telah disusun tersebut. Perbandingan kinerja aktual dan yang diinginkan biasanya adalah bagaimana pengendalian umumnya dicapai. Data keuangan dan non-keuangan merupakan bentuk informasi akuntansi manajerial yang dapat diterima untuk alasan perencanaan dan pengendalian. Untuk mengevaluasi atau meningkatkan tindakan yang dilakukan untuk melaksanakan rencana, informasi tentang pengendalian ini mungkin bisa membantu. Manajemen atau pekerja dapat memutuskan berdasarkan masukan tersebut, untuk melanjutkan pelaksanaan, untuk mengambil tindakan perbaikan khusus supaya langkah-langkah yang telah dilakukan sejalan dengan rencana awal, atau untuk melakukan beberapa perencanaan ulang.

Informasi ketiga dalam akuntansi manajerial adalah pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan (*decision making*) adalah proses pemilihan diantara berbagai alternatif yang bersaing (Mowen et al., 2017). Manajer tidak dapat secara efektif merencanakan dan mengatur operasi organisasi tanpa membuat keputusan untuk opsi-opsi ini, karena penyediaan

informasi untuk pengambilan keputusan saling berkaitan dengan perencanaan dan pengendalian.

2.2 Teori Sinyal

Terkait teori sinyal (*signaling theory*), Spence mengemukakan pada tahun 1973. Menurut teori sinyal, pengirim (pemilik informasi) harus menyampaikan tanda atau sinyal yang memberi tahu penerima tentang situasi dalam organisasi yang relevan bagi mereka (investor). Teori sinyal, yang akan mempengaruhi bagaimana calon investor menanggapi keadaan perusahaan, menjelaskan harapan manajemen untuk pertumbuhan bisnis di masa depan. Maksud sinyal adalah untuk membantu manajemen dalam melaksanakan permintaan pemilik. Manajemen dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi asimetri informasi. Dengan mengirimkan sinyal kepada pihak yang berkepentingan atau pihak luar seperti investor akan dapat mengurangi asimetri informasi. Sinyal positif dan sinyal negatif adalah dua jenis informasi yang diungkapkan kepada investor dan pihak yang berkepentingan. Ketika manajemen atau pengirim informasi dalam perusahaan menginformasikan keuntungan, ini dapat dianggap sebagai indikator yang menguntungkan dan tanda kuatnya keadaan perusahaan (Mariani & Suryani, 2018).

Modal usaha memiliki pengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan yang diperoleh perusahaan. Melalui informasi mengenai modal usaha yang dikelola secara baik dan penggunaan yang membawa hasil, hal tersebut

berdampak pada tingginya pendapatan usaha yang diperoleh. Sinyal positif yang diperoleh tersebut akan mendorong dan diperhitungkan ketika investor atau pihak berkepentingan lainnya memutuskan apakah akan berkenan menanamkan modal dalam perusahaan tersebut (Maharani, 2021).

Sangat penting untuk mempertimbangkan harga produk sebagai sinyal atau isyarat untuk menginfokan kepada para konsumen maupun pemilik terkait keputusan menambah atau mengurangi produk. Penetapan harga yang optimal dipertimbangkan dengan saling menguntungkan antara pembeli dan penjual, karena harga merupakan hasil dari kesepakatan antara kedua belah pihak. Penetapan harga yang baik akan berefek kepada pendapatan usaha yang diperoleh. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap informasi yang diberikan kepada penerima sinyal apa yang bakal diputuskan terhadap kegiatan usaha tersebut (Purwanto, 2017).

Biaya yang dimunculkan perusahaan untuk mempromosikan barangnya dengan menginformasikan kepada publik tentang barang tersebut dikenal sebagai biaya promosi. Upaya periklanan dan promosi yang dilakukan oleh bisnis untuk memasarkan produk mereka dan membujuk konsumen untuk membelinya, menghasilkan penjualan dan laba operasi yang lebih tinggi. Dengan adanya peningkatan pendapatan usaha, memberikan sinyal yang positif terhadap para investor bahwa usaha tersebut dapat dipercaya dan memiliki harapan yang baik dalam mengembangkan usahanya (Mulyadi & Affan, 2022).

2.3 Modal Usaha

Modal kerja dan modal non-kerja adalah dua kategori di mana modal biasanya dibagi. Modal kerja adalah jumlah uang yang diinvestasikan bisnis dalam aset jangka pendek maupun aset lancar, yang berupa kas dan setoran dengan kas, surat berharga yang gampang diperdagangkan, mendapat pendapatan saat ini berupa piutang, serta persediaan. Korporasi yang menanamkan modal dengan aset tetap tanpa menghasilkan pendapatan masa ini dikatakan sebagai modal non-kerja (Suteja, 2013). Kapasitas debitur berperan dalam aktivitas ekonomi maupun meminjam uang serta menutup pembiayaan merupakan makna dari modal (Sumarsid & Winarso, 2020). Dikutip oleh (Hanum, 2017), Suparmoko mengartikan modal mengacu pada seluruh bentuk kekayaan, seperti uang tunai dan barang yang bisa beli sendiri atau pinjaman dari orang lain. Berdasarkan pernyataan di atas tentang konsep modal usaha mengetahui seluruh jenis aset, seperti uang tunai, pinjaman, dan aset sejenis yang dipakai dalam menjalankan kegiatan usaha dan mewujudkan pendapatan.

Mempertahankan usaha yang sedang dijalankan sangat bergantung pada modal. Diperlukan lebih banyak modal karena kurangnya modal awal dapat menyebabkan kegagalan bisnis. Modal internal (pribadi) dan modal eksternal (pinjaman) merupakan sumber modal yang dapat diterima. Uang tunai, modal kerja, dan modal operasional adalah tiga jenis modal yang harus diketahui oleh pemilik bisnis sebelum memutuskan untuk meminjam uang untuk kebutuhannya (Supriadi, 2019). Meminimalkan biaya modal

maupun biaya rata-rata biaya modal dalam penggunaan modal perusahaan harus dioptimalkan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Wangsawinangun et al., 2014). Setiap pengusaha juga diwajibkan untuk melakukan pencatatan keuangan mulai dari pemasukan dan pengeluaran. Pencatatan keuangan terkait biaya operasional, pendapatan, dan modal yang dipakai berguna untuk kegiatan evaluasi kemampuan dan kapasitas usahanya atau tingkat pertumbuhan keuangan sehingga perencanaan pengembangan usaha bisa ditentukan berdasarkan data pencatatan keuangan tersebut (Kemenkopukm, 2022).

Modal usaha merupakan bagian penting dalam sebuah usaha, sehingga pengusaha harus memaksimalkan modal usahanya agar ketersediaan produknya menjadi tinggi. Analisis cost volume profit (*biaya volume laba*) digunakan dalam memperkirakan perubahan biaya, volume, dan harga. Ketersediaan volume produk yang tinggi akan menjadikan pembeli dengan mudah memperoleh produk yang diinginkan. Ketidak kecewaan pembeli saat mendapat produk yang diinginkan akan berdampak pada pendapatan pegusaha yang meningkat.

2.4 Harga Jual

Harga dapat dianggap sebagai sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk dan jasa. Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam rupiah dan digunakan dalam transaksi atau pertukaran (Satriadi et al., 2021). Nilai yang disepakati antara dua pihak saat membeli

atau menjual barang atau jasa, yang kemudian diterima oleh kedua belah pihak sebagai makna dari harga. Harga harus disepakati oleh para pihak dalam kontrak (Indrasari, 2019). Dikutip oleh (Sudaryono, 2015), Deliyanti Oentoro mengartikan harga adalah rasio yang bisa dipakai dalam memadukan manfaat berbagai komoditas maupun jasa bagi orang serta kelompok dalam periode dan lokasi tertentu menggunakan uang atau benda lainnya. Pengertian harga jual menurut banyak ahli dapat digunakan untuk menyimpulkan suatu perjanjian transaksi antara penjual dan pembeli dengan barang dan jasa yang memiliki nilai setara dengan sebanyak uang tertentu.

Untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi pasar perusahaan, serta meningkatkan penjualan dan keuntungan, peran harga sebagai hal yang penting. Dalam menetapkan harga jual harus mempertimbangkan dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Berdasarkan Kotler dan Amstrong, tujuan pemasaran perusahaan serta strategi bauran pemasaran yaitu biaya, tempat, produk, promosi, dan organisasi merupakan pertimbangan faktor internal dalam menetapkan harga jual. Sedangkan sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan unsur-unsur lingkungan lainnya adalah faktor yang dipertimbangkan dalam segi eksternal untuk menetapkan harga jual (Santi et al., 2019).

Pilihan dan strategi penetapan harga sangat penting di setiap perusahaan karena berdampak pada pendapatan keseluruhan usaha. Analisis *cost volume profit* (biaya volume laba) menentukan bagaimana penyesuaian

biaya, volume penjualan, dan penetapan harga berdampak pada pendapatan perusahaan (Mowen *et al.*, 2017). Dalam rangka menentukan harga jual, biaya harus diidentifikasi sehingga mencapai tingkat keuntungan tertentu. Kemudian harga jual berdampak untuk volume penjualan, yang pada gilirannya volume penjualan berpengaruh untuk volume produksi, dan volume produksi berpengaruh untuk biaya. *Cost volume profit* (CVP) berfungsi sebagai alat yang baik untuk perencanaan dan pengambilan keputusan. Saat menentukan ruang lingkup dan tingkat keparahan masalah ekonomi yang dialami perusahaan serta solusi yang diperlukan, analisis CVP dapat menjadi alat yang berguna. Analisis CVP dapat membantu manajemen memahami bagaimana keputusan operasional mempengaruhi laba bersih yang direalisasikan, memungkinkan manajemen untuk terlebih dahulu menganalisis pengaruh keputusan atas harga jual, volume penjualan, dan biaya pada tingkat laba sebelum membuat proyeksi untuk memperkirakan laba masa depan.

Menurut Bustami (2005), manfaat dari *cost volume profit* adalah mengetahui volume penjualan yang diperlukan untuk mencapai tingkat keuntungan tertentu memungkinkan pelaku usaha menghitung tingkat penjualan minimum yang harus dipertahankan untuk mencegah kerugian bagi perusahaan, perlu ditentukan besarnya pengurangan penjualan untuk mencegah kerugian usaha, untuk memahami bagaimana perubahan harga jual, biaya, dan volume penjualan mempengaruhi hasil yang didapatkan, serta memastikan bauran produk yang dibutuhkan untuk memberikan

tingkat keuntungan yang diinginkan (Belmo & Neno, 2020). Dalam *cost volume profit*, terdapat asumsi yang telah ditetapkan agar tidak terjadi kesalahan saat mengambil keputusan. Beberapa asumsi dari *cost volume profit* menurut (Ahmad, 2015) adalah harga jual per unit tidak terpengaruh oleh perubahan volume, strategi manajemen yang berkaitan dengan operasi bisnis tidak terpengaruh dalam waktu dekat, tingkat harga umum stabil, dan produktivitas dan efisiensi tidak terpengaruh dalam jangka pendek.

Banyaknya unit yang perlu dijual agar mencapai titik impas, efek penurunan biaya, dan kenaikan harga pada titik impas hanya beberapa masalah lain yang menggunakan analisis CVP sebagai cara menyelesaikan. Bisnis sering menggunakan analisis *cost volume profit* (CVP) untuk mencapai tolok ukur penting seperti titik impas. Untuk memastikan titik impas, diperlukannya menentukan harga jual dan biaya variabel. Perencanaan harga memiliki dampak yang signifikan dalam memperoleh keuntungan yang diinginkan untuk perusahaan. Untuk mencapai keuntungan yang diharapkan, harga jual produk secara umum harus dapat menutupi pengeluaran yang terkait dengan produksi, pemasaran, dan administrasi (Palupi & Wulan, 2021).

2.5 Biaya Promosi

Pelaku usaha harus melakukan promosi dalam mempromosikan produknya untuk meningkatkan dan memperkenalkan produknya. Sehingga konsumen terdorong untuk membeli produk usahanya lebih sering sebagai

akibat dari kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh para pengusaha pasti terdapat anggaran yang dikeluarkan. Pengalokasian anggaran untuk kegiatan promosi harus ditentukan karena sebagai faktor utama terkait pengaruhnya terhadap kemampuan kegiatan promosi dan memperoleh pendapatan usaha. Pengusaha menginginkan adanya timbal balik terkait anggaran atau biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang bertujuan produk usahanya terkenal di pasaran, selain itu juga pengusaha ingin adanya peningkatan nilai penjualan yang akan meningkatkan pendapatan usaha (Handayani, 2020).

Biaya adalah jumlah yang dibayarkan untuk sesuatu atau nilai untuk menyerahkan sesuatu sebagai ganti dari suatu yang akan bernilai di waktu mendatang (Dunia *et al.*, 2019). Banyaknya uang atau sepadan dengan kas yang dibayarkan untuk barang dan/atau jasa yang diperlukan agar mendapatkan profit masa kini serta masa depan disebut sebagai biaya (Mowen *et al.*, 2017). Strategi pemasaran yang mencoba memberikan info untuk konsumen mengenai produk, meyakinkan maupun memengaruhi ketetapan pembelian mereka, mendapatkan kesetiaan mereka, menjaga stabilnya penjualan, dan melebarkan sasaran pasar adalah arti dari promosi (Astuti & Matondang, 2020). Promosi adalah rangkaian memberi info dan mempengaruhi pelanggan dalam ketetapan tentang membeli atau memakai produk atau layanan tersebut (Satriadi *et al.*, 2021). Sarana ajakan langsung menggunakan sejumlah insentif dan dapat dimanfaatkan membujuk konsumen untuk lekas membeli produk atau memborong semua produk

(Fawzi *et al.*, 2022). Perusahaan harus mengeluarkan biaya yang disebut sebagai biaya promosi untuk melakukan kegiatan promosi (Rangkuti, 2009). Dapat disimpulkan dari pernyataan yang dibuat tentang konsep biaya promosi beberapa tokoh bahwa biaya yang dikeluarkan untuk menginformasikan, meyakinkan, atau mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk usaha kita.

Kegiatan promosi dapat dilakukan melalui platform media sosial maupun *e-commerce*. Kegiatan promosi dengan platform tersebut memberikan peran penting karena membantu dalam mempermudah pemasaran produk usahanya. Selain itu promosi melalui platform media sosial maupun *e-commerce* dengan mengoptimalkan fitur yang terdapat dalam platform tersebut dapat menjaga kestabilan penjualan bahkan peningkatan penjualan (Trulline, 2021).

2.6 Pendapatan Usaha

Tujuan utama memulai usaha adalah menghasilkan pendapatan yang banyak. Dampak pada kemampuan perusahaan untuk tetap beroperasi meningkat seiring dengan kenaikan tingkat pendapatan pemilik. Pendapatan adalah uang yang dihasilkan bisnis melalui operasi usaha regulernya. Peningkatan modal dan ekuitas pemilik akibat dari penjualan produk maupun pemberian layanan kepada konsumen sebagai makna dari pendapatan (Warren *et al.*, 2018). (Badan Pusat Statistik) menyatakan bahwa “pendapatan adalah semua penghasilan dan gaji yang dibayarkan

untuk waktu bekerja atau selesai, kompensasi lembur, seluruh bonus dan tunjangan, perhitungan cuti, bonus yang dibayarkan tidak menentu, penghargaan, dan jumlah pembayaran yang sebanding”. Makna pendapatan yang diuraikan oleh beberapa ahli, didefinisikan sebagai uang tunai yang diterima sebagai kompensasi untuk melakukan pekerjaan, menjual barang kepada klien, atau berpartisipasi dalam suatu kegiatan.

Bersumber dari (Hanum, 2017) yang mengutip Samuelson dan Nordhaus mengatakan bahwa ada tiga cara untuk menghasilkan pendapatan yaitu dengan gaji dan upah, pendapatan yang diperoleh dari bisnis sendiri, dan pendapatan dari sumber lain. Menurut (Silviana *et al.*, 2022), pendapatan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu modal, jam kerja, dan lama usaha. Sementara itu, berbagai aspek pemasaran, seperti produk, harga, distribusi, dan promosi, terbukti berdampak pada pendapatan, sebagaimana dikemukakan Mulyadi pada tahun 2010 yang dirujuk oleh (Aditya, 2019).

Setiap pengusaha pasti menginginkan produk usahanya laku, upaya yang dilakukan oleh para pengusaha agar laku adalah dengan melakukan kegiatan promosi. Kegiatan promosi tersebut bertujuan untuk memperkenalkan produknya ke para konsumen. Dengan kegiatan promosi, diharapkan mendapatkan imbal hasil berupa volume penjualan yang meningkat sehingga memperoleh pendapatan yang besar (Handayani, 2020). Pendapatan usaha maksimal dalam kegiatan usaha perlu mempertimbangkan harga jual produk yang diproduksinya untuk

memaksimalkan pendapatan. Penetapan harga jual harus tepat dengan perhitungan biaya sewaktu kegiatan produksi (Santi et al., 2019).

Diraihnya pendapatan yang maksimal berupa pendapatan yang besar dapat diperoleh dengan menanamkan modal yang relatif besar. Modal yang relatif besar tersebut memiliki kesempatan untuk memperbanyak jumlah dan macam dagangan sehingga pendapatan yang diperoleh juga lebih besar (Herman, 2020). Besarnya pendapatan juga dipengaruhi oleh biaya operasional yang dikeluarkan selama proses produksi. Menurut Yudi Permana (2015) yang dikutip oleh (Jumirin & Lubis, 2018), Besar kecilnya biaya operasional perusahaan digunakan sebagai acuan dalam memutuskan pendapatan yang diperoleh dalam melakukan kegiatan usaha, apabila perusahaan dapat menghemat biaya operasional maka perusahaan dapat meningkatkan pendapatan usaha. Kemudian dalam rangka untuk mengurangi angka kerugian dan memaksimalkan pendapatan yang diperoleh, perusahaan harus membuat perkiraan dengan asumsi *break even point* (titik impas), dimana pendapatan usaha setiap bulannya minimal tidak rugi atau tidak untung sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai (Yusuf, 2014).

2.7 Usaha Kuliner

Makanan dan minuman sebagai kebutuhan pokok manusia, ada permintaan yang tinggi untuk usaha kuliner sehingga banyak sekali peminat di bidang usaha kuliner. Seiring dengan kemajuan teknologi yang

memungkinkan untuk mendirikan usaha kuliner dari rumah dengan investasi awal yang sangat rendah. Usaha kuliner adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan makanan dan minuman (Ayodya, 2016). Upaya manusia yang bersangkutan dalam menyajikan kesukaan masyarakat dalam aspek makanan adalah penjelasan usaha kuliner (Ajusta & Afif, 2021). Arti dari usaha kuliner sebagai seseorang yang bekerja di bidang makanan dan minuman (Oktazulfiani, 2022). Banyak definisi dari usaha kuliner yang mengarah pada kesimpulan bahwa usaha yang dikendalikan seseorang yang memiliki keterkaitan dalam usaha makanan dan minuman.

Menurut Wulan Ayodya yang dikutip oleh (Ajusta & Afif, 2021), faktor yang menyebabkan seseorang memulai usaha kuliner diantaranya makanan merupakan kebutuhan pokok, orang perlu makan, kesukaan dari seseorang terhadap dunia makan atau memasak, tahu akan adanya peluang usaha makanan, mengantongi resep makanan yang unik dan disukai, adanya penataran dalam seni kuliner, keuntungan yang besar akan diperoleh, dan memikirkan kejayaan di usaha kuliner mereka saat ini. Sebagai usaha yang digemari, terdapat berbagai jenis usaha kuliner. Jajanan pasar, makanan beku, jajanan kering, minuman modern, dan kopi merupakan beberapa produk kuliner yang banyak diminati di pasaran, menurut (Oktazulfiani, 2022).

Pendirian suatu usaha, termasuk usaha kuliner, tidak terlepas dari kelebihan dan kekurangannya. Industri kuliner menawarkan sejumlah

keuntungan dan kerugian, menurut Wulan Ayodya yang disinggung oleh (Ajasta & Afif, 2021). Bisnis kuliner memiliki sejumlah keunggulan, di antaranya berpotensi meraup untung 30% lebih ketika laris dan tercapai, kesanggupan untuk melakukan bisnis dengan uang awal yang sedikit dan memilih usaha kuliner skala kecil, dan kemampuan melakukan usaha kuliner sebagai usaha sampingan tanpa terganggu pekerjaan pokok seseorang. Kelemahan dari bisnis kuliner yaitu mesti mencermati mutu bahan yang prima dan bersih, dapat berisiko meracuni pelanggan serta jika sebuah menu ditawarkan dan orang tidak menikmati rasanya, bisnis kuliner juga akan kehilangan daya tariknya.

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu berikut ini digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini:

1. Andri Waskita Aji dan Sela Putri Listyaningrum (2021)

Dalam penelitian ini mengartikan bahwa modal usaha, lokasi usaha, dan teknologi informasi mempengaruhi pendapatan UMKM di Kabupaten Bantul. Terlihat bahwa modal usaha, lokasi usaha, dan teknologi informasi pada UMKM di Kabupaten Bantul memegang pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM (Aji & Listyaningrum, 2021).

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Andri dan Sela yang berfokus pada UMKM di Kabupaten Bantul. Modal usaha, lokasi usaha,

dan teknologi informasi adalah variabel independen yang dipertimbangkan. Oleh karena itu, usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo menjadi objek penelitian dalam penelitian ini. Harga jual dan biaya promosi digunakan sebagai pengganti variabel lokasi usaha dan teknologi informasi dalam penelitian ini.

2. Ayu Dwi Lestari (2018)

Penelitian ini hendak membuktikan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pengrajin di Kecamatan Bungah, Kabupaten Gresik. Temuan menunjukkan bahwa variabel tenaga kerja sedikit atau tidak berdampak pada pendapatan dan modal kerja memiliki dampak yang signifikan (Lestari, 2018).

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Lestari yang menggunakan pembuat rebana di Kecamatan Bungah Gresik sebagai objek penelitiannya. Setelah itu, variabel modal kerja dan tenaga kerja digunakan sebagai variabel independen. Namun penelitian kali ini memanfaatkan objek penelitian usaha kuliner di Kabupaten Driyorejo. Variabel harga jual dan biaya promosi digunakan dalam analisis ini menggantikan variabel independen tenaga kerja.

3. Muksal, Arroyyan Ramly, M Shabri Abd Majid, dan Mirna Indriani (2020)

Dalam penelitian ini, perempuan muslimah yang tinggal di wilayah pesisir Provinsi Aceh akan ditanya tentang pengaruh modal dan jenis usaha yang mereka jalankan terhadap pendapatan mereka. Hasil

penelitian memperlihatkan bahwa modal dan jenis usaha secara signifikan mempengaruhi pendapatan yang dihasilkan oleh pengusaha perempuan muslim. Pendapatan usaha muslimah pesisir di Provinsi Aceh dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh modal dan jenis usaha (Muksal *et al.*, 2020).

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Muksal *et al.* adalah objek yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah usaha perempuan muslimah pesisir di Provinsi Aceh dengan modal dan jenis usaha sebagai variabel independen. Namun penelitian kali ini memakai objek usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo, dan variabel harga jual dan biaya promosi digunakan sebagai pengganti variabel jenis perusahaan.

4. Dipa Krishna Chanda Natha dan Ni Putu Martini Dewi (2021)

Penelitian ini hendak membuktikan pengaruh tenaga kerja, modal, dan jam kerja terhadap pendapatan yang dihasilkan kedai kopi di Kota Denpasar. Menurut temuan penelitian, modal, tenaga kerja, dan jam kerja semuanya berdampak besar terhadap pendapatan kedai kopi di Kota Denpasar (Natha & Dewi, 2021).

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Natha dan Dewi yang dilakukan pada sebuah kedai kopi di Kota Denpasar dan memakai variabel independen seperti modal, tenaga kerja, dan jam kerja. Usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo merupakan objek penelitian saat ini, namun faktor harga jual dan biaya promosi digunakan sebagai pengganti variabel yang berhubungan dengan tenaga kerja dan jam kerja.

5. Ni Wayan Ari Santi, Iyus Akhmad Haris, dan I Nyoman Sujana (2019)

Penelitian ini mengkaji pendapatan UD. Broiler Putra secara parsial dan simultan dipengaruhi oleh harga jual dan volume penjualan. Hasil temuan menunjukkan bahwa pendapatan UD. Broiler Putra secara signifikan dan parsial dipengaruhi oleh harga jual dan volume penjualan. Pendapatan UD. Broiler putra dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh harga dan volume penjualan pada saat yang bersamaan (Santi *et al.*, 2019).

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Santi *et al.* Yang menggunakan UD. Broiler Putra sebagai objek penelitiannya. Setelah itu, variabel harga jual dan volume penjualan digunakan sebagai variabel independen. Namun penelitian kali ini memanfaatkan objek penelitian usaha kuliner di Kabupaten Driyorejo. Variabel harga jual dan biaya promosi digunakan dalam analisis ini menggantikan variabel independen volume penjualan.

6. Fina Alfiani, Hety Mustika Ani, dan Wiwin Hartanto (2018)

Penelitian ini hendak membuktikan pengaruh signifikan dari kuantitas produk dan harga jual terhadap pendapatan yang dihasilkan usahatani jamur merang. Menurut temuan penelitian, kuantitas produk dan harga jual semuanya berdampak besar terhadap pendapatan usahatani jamur merang (Alfiani *et al.*, 2018).

Alfiani *et al.* menggunakan usaha tani sebagai objek penelitian dan variabel bebas kuantitas produk dan harga jual. Adapun variabel

kuantitas produk tidak digunakan dan diubah dengan modal usaha serta biaya promosi. Kemudian penelitian memakai objek penelitian usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo.

7. Alberto A.R. Lein dan Nyoman Djinar Setiawina (2018)

Aspek biaya produksi, teknologi, tingkat tangkapan ikan, dan harga jual ikan yang berpengaruh untuk pendapatan dan kesejahteraan rumah tangga nelayan di Kabupaten Flores Timur dikaji dalam penelitian ini. Hasilnya menunjukkan bahwa sejumlah variabel, termasuk biaya produksi, teknologi, tingkat tangkapan ikan, dan harga jual, memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pendapatan nelayan. Selain itu, pendapatan rumah tangga nelayan memiliki dampak yang menguntungkan dan cukup besar terhadap kesejahteraan mereka (Lein & Setiawina, 2018).

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Lein dan Setiawani yang menggunakan nelayan di Kabupaten Flores Timur sebagai objek penelitiannya. Setelah itu, faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan seperti biaya produksi, teknologi, harga jual ikan, dan hasil tangkapan ikan digunakan sebagai variabel independen. Namun demikian, faktor biaya produksi, teknologi, dan tingkat tangkapan ikan tidak dimasukkan dalam penelitian ini, modal usaha serta biaya promosi digunakan sebagai gantinya. Penelitian ini menggunakan objek dari Kecamatan Driyorejo berupa usaha kuliner.

8. Dita Melandari, Aris Munandar, dan Vhika Meiriasari (2022)

Penelitian ini bermaksud untuk mendapat informasi bagaimana variabel-variabel yang mempengaruhi pendapatan peternakan ayam mandiri. Hasil temuan menyatakan variabel jumlah pemilik ayam, pendidikan, tenaga kerja, biaya produksi, dan harga jual berpengaruh positif terhadap pendapatan peternak ayam mandiri di Kota Lubuk Linggau. Pendapatan usaha tidak dipengaruhi secara signifikan oleh pengalaman dan usia petani (Melandari *et al.*, 2022).

Perbedaan penelitian Melandari *et al.* Yang usaha peternakan ayam dijadikan sebagai objek penelitian, serta jumlah pemilik ayam, pendidikan, tenaga kerja, biaya produksi, dan harga jual digunakan sebagai variabel bebas. Usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo dijadikan sebagai objek penelitian, dan modal usaha serta biaya promosi ditambahkan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini menggantikan beberapa variabel bebas di penelitian Melandari *et al.*

9. Sri Fitri Handayani (2020)

Penelitian ini bermaksud mengetahui pengaruh harga jual dan biaya promosi dalam pendapatan. Hasil uji asumsi klasik yang disebut juga uji normalitas menunjukkan pengaruh harga jual dan biaya promosi untuk pendapatan terdistribusi secara teratur. Hasil uji t menunjukkan harga jual tidak memiliki pengaruh atas pendapatan, sementara itu biaya promosi berpengaruh. Uji f mengungkapkan pendapatan dipengaruhi secara simultan oleh harga jual dan biaya promosi (Handayani, 2020).

Handayani menggunakan perusahaan Jampang Waterpark sebagai obyek penelitiannya dan variabel bebas harga jual dan biaya promosi untuk penelitiannya. Adapun modal usaha digunakan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini yang berfokus pada usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo.

10. Listiawati, Karta Negara Salam, Retno Wulansari, dan Pramudi Harsono (2021)

Mengumpulkan data empiris guna mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara besarnya pengaruh biaya promosi untuk volume penjualan adalah sasaran penelitian ini. Studi ini menemukan korelasi positif dan signifikan antara volume penjualan dan biaya promosi penjualan pada usaha konveksi (Listiawati *et al.*, 2021).

Perbedaan penelitian Listiawati *et al.* yang usaha konveksi dijadikan sebagai objek penelitian, dan biaya promosi digunakan sebagai variabel bebas. Usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo dijadikan sebagai objek penelitian, dan modal usaha serta harga jual ditambahkan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini.

2.9 Pengembangan Hipotesis Penelitian

Hipotesis, menurut Gay dan Diehl, sebagaimana dikutip oleh (Siyoto & Sodik, 2015) yaitu kemungkinan pemecahan masalah yang masih perlu dibuktikan kebenarannya. Dinyatakan bahwa solusi yang diajukan hanya

bersumber pada teori yang melandasi dan tidak menyertakan data berdasarkan pengalaman yang dihimpun melalui pengumpulan data.

1. Pengaruh modal usaha terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo

Mengembangkan usaha memerlukan penggunaan modal usaha. Keunggulan modal usaha dalam memulai sebuah perusahaan salah satunya yaitu jika uang mencukupi, menjadikan cukup mudah untuk mencukupi permintaan dan membangun usaha. Dalam kaitannya dengan teori akuntansi manajerial melalui analisis *cost volume profit* (CVP), modal usaha akan mempengaruhi volume produk sehingga volume penjualan juga akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh. Kemudian dalam kaitannya dengan teori sinyal, manajemen akan memberikan info kepada pihak yang berkepentingan terkait modal usaha yang digunakan telah sesuai atau tidak dengan pendapatan yang diperoleh.

Penelitian sebelumnya oleh Andri Waskita Aji dan Sela Putri Listyaningrum pada tahun 2021 menemukan bahwa modal memiliki dampak yang besar dan menguntungkan terhadap pendapatan perdagangan. Menurut riset Ayu Dwi Lestari tahun 2018, modal kerja mempengaruhi pendapatan UMKM. Berdasarkan penjelasan tentang bagaimana modal usaha mempengaruhi keuntungan perusahaan, hipotesis berikut diajukan:

H1: Modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo

2. Pengaruh harga jual terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo

Harga jual adalah jumlah yang ditentukan oleh penjual dan harus dibayar pembeli untuk membeli suatu produk. Harga jual harus diperhitungkan dengan cermat sehingga penjual dan pembeli mendapat untung yang sama. Harga jual mempengaruhi berapa lama produk perusahaan akan bertahan. Dalam teori akuntansi manajerial dengan analisis *cost volume profit* (CVP) dalam mendapatkan volume penjualan yang diharapkan, perlu memperkirakan harga jual yang sesuai sehingga perusahaan memperoleh pendapatan sesuai harapan. Selanjutnya hubungannya dengan teori sinyal, manajemen akan memberikan info kepada pihak yang berkepentingan terkait harga jual yang telah ditetapkan telah sesuai atau tidak dengan volume penjualan dan akan berdampak pada pendapatan yang diperoleh.

Penelitian Ni Wayan Ari Santi et al. pada tahun 2019, mengutarakan harga jual berpengaruh relatif besar serta bermanfaat untuk pendapatan operasional. Fina Alfiani et al 2018 pada penelitiannya, harga jual mempunyai pengaruh cukup besar untuk pendapatan usaha. Berbeda dengan kedua peneliti tersebut, penelitian Sri Fitri Handayani tahun 2020 menemukan bahwa harga jual tidak berpengaruh terhadap

pendapatan. Hipotesis berikut dapat dibentuk berdasarkan penjelasan tentang bagaimana harga jual mempengaruhi pendapatan:

H2: Harga jual berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo

3. Pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo

Promosi diperlukan supaya menarik orang untuk berbelanja barang-barang bisnis yang dioperasikan. Promosi melalui media sosial menjadi lebih mudah diakses seiring kemajuan teknologi. Saat melakukan promosi, biaya promosi juga diperlukan, seperti meminta selebritas untuk membantu mengiklankan barang kita, oleh karena itu diperlukan biaya. Teori akuntansi manajerial dengan analisis *cost volume profit* (CVP) mengungkapkan bahwa peneglolaan biaya yang efisien disertai dengan volume penjualan akan berdampak pada pendapatan usaha yang diperoleh. Selanjutnya dalam kaitannya dengan teori sinyal, pengeluaran biaya promosi yang dilakukan oleh pengusaha dengan tujuan volume penjualannya meningkat akan berdampak ke pendapatan. Hal tersebut merupakan sebuah sinyal yang diberikan oleh manajemen kepada pihak yang berkepentingan bahwa biaya tersebut mempengaruhi pendapatan usaha.

Menurut penelitian sebelumnya oleh Sri Fitri Handayani tahun 2020, biaya promosi mempunyai pengaruh yang menguntungkan untuk

pendapatan. Namun, Sartono Maya Saputra serta Retno Ibut Utami tahun 2017 dalam penelitiannya menemukan bahwa walaupun tidak signifikan biaya promosi memiliki pengaruh yang menguntungkan terhadap pendapatan jasa. Berlandaskan penjelasan bagaimana biaya promosi mempengaruhi pendapatan usaha, adapun hipotesis berikut dapat dikemukakan:

H3: Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha di Kecamatan Driyorejo

4. Pengaruh modal usaha, harga jual, dan biaya promosi terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo

Modal usaha, harga jual, dan biaya promosi merupakan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha. Sehingga pengusaha harus memperhatikan seluruh faktor tersebut agar berhasil dalam menjalankan usaha. Pendapatan usaha yang memadai akan berpengaruh terhadap peningkatan atau keberhasilan usahanya.

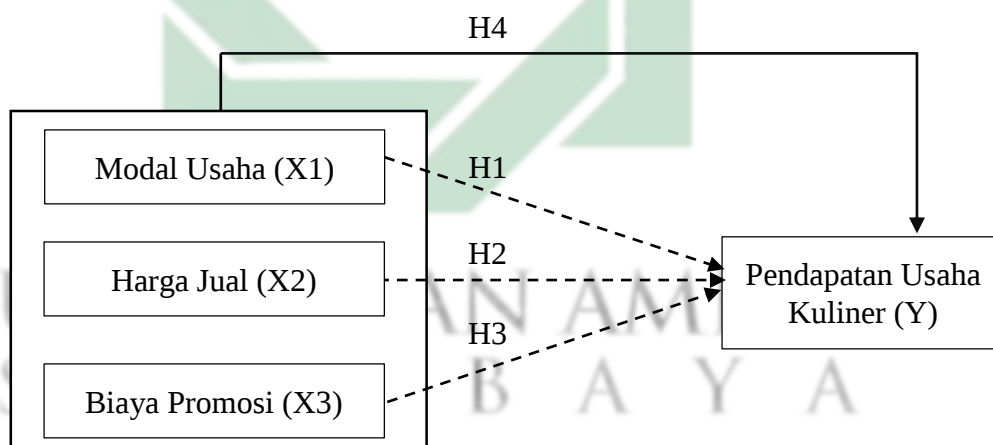
Penelitian yang dilakukan Andri Waskita Aji dan Sela Putri Listyaningrum (2021) mengungkapkan bahwa modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha. Kemudian Ni Wayan Ari Santi et al. (2019) dalam penelitiannya mengungkapkan harga jual berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha. Dan penelitian Sri Fitri Handayani (2020) menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha. Berdasarkan

penjelasan terkait modal usaha, harga jual, dan biaya promosi yang memiliki pengaruh terhadap pendapatan usaha, maka diajukan hipotesis berikut ini:

H4: Modal usaha, harga jual, dan biaya promosi berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo

2.10 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ialah cara berpikir tentang bagaimana berbagai hal (variabel penelitian, konsep, dll.) saling terkait satu sama lain. Kerangka ini didasarkan pada uraian yang terdapat dalam studi literatur. Kerangka konseptual berikut digunakan dalam penelitian:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan:

- > : Uji Parsial
 -----> : Uji Simultan

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metodologi penelitian yang dipakai untuk penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif lebih mengandalkan pada statistik dalam pengumpulan data, interpretasi, dan penyajian temuan. Tabel, grafik, gambar, atau tampilan visual lainnya akan menyertai temuan penyelidikan kuantitatif (Siyoto & Sodik, 2015). Penelitian asosiatif digunakan sebagai metodologi penelitian dalam hal ini. Sebuah studi yang menggunakan metode asosiatif berusaha untuk mengidentifikasi keterkaitan antara dua variabel atau lebih. Variabel independen atau variabel yang mempengaruhinya, serta variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi, keduanya memiliki hubungan sebab akibat dalam hal ini.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, dilakukan penelitian untuk usaha kuliner yang berada dalam kawasan Kecamatan Driyorejo dan terdaftar pada DRY-JEK. Sekitar mulai bulan Oktober 2022 hingga Mei 2023 penelitian ini dilaksanakan.

3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Makna variabel penelitian ditentukan oleh ciri, sifat, atau nilai dari subjek, benda, atau kegiatan yang dipilih peneliti untuk dipelajari dan diambil keputusannya (Rinaldi & Mujiyanto, 2017). Kedua variabel independen serta dependen digunakan dalam penelitian ini. Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang berpengaruh untuk variabel terikat baik secara positif maupun negatif. Membantu menjelaskan bagaimana cara menyelesaikan masalah penelitian adalah kegunaan variabel independen (Paramita et al., 2021). Variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau berhubungan dengannya secara kausal adalah makna variabel dependen (Priadana & Sunarsi, 2021).

Metodologi pengukuran variabel dijelaskan oleh definisi operasional. Peneliti dapat menentukan metode dan ketelitian pengukuran suatu variabel mengetahui definisi operasional suatu penelitian. Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen untuk penelitian ini adalah pendapatan usaha.

Pendapatan kotor merupakan pendapatan usaha yang dipakai dalam penelitian ini. Pendapatan kotor berupa banyaknya penjualan yang dilakukan selama bulan tertentu sebelum dikurangi biaya, pajak, atau asuransi. Indikator pendapatan usaha yang digunakan untuk penelitian ini adalah besarnya pendapatan dan hubungan pendapatan usaha dengan modal usaha, harga jual, dan biaya promosi (Mowen et al., 2017).

2. Variabel Independen (X)

Modal usaha, harga jual, dan biaya promosi sebagai variabel independen untuk penelitian ini.

a. Modal usaha

Kutipan (Fauzi, 2018), modal menurut Sadono Sukirno bisa berbentuk uang, barang, real estate, dan aset lain yang berfungsi guna menjalankan usaha. Dalam studi ini, modal usaha berfungsi untuk memungkinkan bisnis memenuhi kebutuhan modal operasional mereka baik melalui sumber internal maupun sumber eksternal (pinjaman). Indikator modal usaha untuk penelitian ini adalah sumber modal usaha, modal usaha sebagai evaluasi pertumbuhan keuangan, dan imbal hasil penggunaan modal terhadap pendapatan (Mowen et al., 2017).

b. Harga jual

Harga jual adalah besaran uang yang diputuskan oleh pelaku usaha untuk dikenakan kepada pelanggan dalam rangka menjual suatu produk. Indikator harga jual yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor penetapan harga jual dan penetapan harga jual terhadap perolehan pendapatan (Mowen et al., 2017).

c. Biaya promosi

Dalam menjalankan suatu usaha agar memperoleh peningkatan penjualan diperlukannya kegiatan promosi. Ketika melakukan

promosi memerlukan pengeluaran khusus untuk kegiatan tersebut. Biaya promosi sebagai uang yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi agar penjualannya semakin meningkat. indikator biaya promosi pada penelitian ini adalah alokasi anggaran untuk promosi, biaya promosi yang dikeluarkan dan promosi yang dilaksanakan oleh pelaku usaha sesuai dengan input atau hasil yang didapatkan (Mulyadi & Affan, 2022).

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi bermakna area obyek atau subyek yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan dapat dibuat generalisasinya karena memiliki besaran dan karakteristik tertentu (Siyoto & Sodik, 2015). Terdapat 132 usaha kuliner terdaftar di DRY-JEK dalam kawasan Kecamatan Driyorejo pada tahun 2022 dan menjadi populasi penelitian.

Populasi yang dipilih sebagai sampel untuk tujuan penelitian berupa sebagian dari keseluruhan populasi (Khoiri, 2015). Kemudian pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*. Setiap komponen (anggota) populasi mendapatkan peluang serupa guna dipilih sebagai anggota sampel bila menggunakan *probability sampling* (Siyoto & Sodik, 2015). Dengan menggunakan rumus Slovin, maka ditentukan besarnya sampel penelitian ini:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Jumlah usaha kuliner sebanyak 132 orang dan nilai kritis 10%, maka ukuran sampel berikut cukup mewakili populasi dalam penelitian ini:

$$n = N/1+Ne^2$$

$$n = 132/1 + 132(0,10)^2$$

$$n = 132/2,32$$

$$n = 56,8 / 57 \text{ sampel}$$

Dengan demikian, penelitian ini menggunakan 57 sampel.

3.5 Data dan Sumber Data

Sumber data yang dipakai untuk penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Data primer adalah informasi peneliti susun atau peroleh langsung dari sumber datanya. Untuk mengumpulkan data primer, penelitian harus dilakukan antar responden secara langsung. Pengusaha kuliner yang menjawab kuesioner menjadi sumber data utama untuk penelitian ini. Menurut (Siyoto & Sodik, 2015) data sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan atau disusun oleh peneliti dari berbagai sumber. Untuk mendukung penelitian ini, data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber, antara lain buku, laporan, jurnal, website, dan lain-lain.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Berikut teknik penelitian yang dipergunakan untuk mendapatkan data ialah:

1. Kuesioner

Menggunakan serangkaian pertanyaan untuk ditanyakan kepada peserta, kuesioner adalah teknik untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data terkait modal usaha, harga jual, biaya promosi, dan pendapatan usaha kuliner Kabupaten Driyorejo. Untuk mengumpulkan data penelitian ini, kuesioner tertutup (*closed and items*) digunakan. Kuesioner tertutup adalah salah satu di mana responden hanya diperbolehkan untuk memilih salah satu kemungkinan jawaban atas pertanyaan tertulis (Priadana & Sunarsi, 2021). Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert yaitu skala yang dipakai mengukur tanggapan seseorang terkait fenomena yang terjadi dan tanggapan tersebut dapat berupa tanggapan positif maupun negatif. Skala tersebut dapat diutarakan dalam kata kata seperti sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi terdiri dari mengumpulkan data terkait isu penelitian dari catatan, buku, agenda, risalah rapat, transkrip, surat kabar, majalah, prasasti, kalender, dan sumber lainnya (Siyoto & Sodik, 2015). Pendekatan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan informasi tambahan untuk mempelajari lebih lanjut tentang usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah prosedur meninjau, mengklasifikasikan, menyusun secara sistematis, menafsirkan, dan memvalidasi data sampai menghasilkan nilai sosial, akademik, dan ilmiah. Tujuan melakukan analisis data adalah terlebih dahulu menjelaskan data yang telah terkumpul sebelum dilakukan pemeriksaan lebih lanjut untuk menentukan hasilnya. Setelah pengumpulan data, SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) yang merupakan sebuah program aplikasi untuk menganalisis data penelitian, digunakan untuk menganalisis data.

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif menggambarkan data yang telah dikumpulkan apa adanya tanpa berusaha menarik generalisasi atau kesimpulan yang luas (Siyoto & Sodik, 2015). Hasil dari analisis statistik deskriptif hanya dijelaskan dalam bentuk angka sehingga mereka yang memerlukan informasi dapat melakukannya dengan lebih cepat.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik diterapkan untuk memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Jika model regresi linier berganda memenuhi kriteria BLUE, maka model tersebut dikatakan baik. Model regresi harus melakukan lima uji asumsi klasik berikut ini:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan sehingga memperoleh penjelasan terkait sebaran data dalam suatu kelompok data atau variabel berdistribusi normal atau tidak. Penelitian kali ini menggunakan uji normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Uji normalitas *Kolmogorov-smirnov* disebut terdistribusi normal, saat nilai $P(\text{Sig.}) > 0,05$.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna dalam mengetahui apakah ada korelasi antara variabel bebas. Uji regresi menggunakan nilai ketentuan VIF (*Variance Inflation Factor*) serta nilai *Tolerance* dalam melaksanakan uji multikolinearitas. Nilai VIF kurang dari 10 (<10) serta nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 ($>0,10$), dapat dikatakan tidak adanya masalah multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipakai dalam mengetahui apakah ada perbedaan varian antara berbagai residual pengamatan yang berbeda. Suatu model regresi dianggap baik jika memiliki residual varian yang tetap di seluruh pengamatan dan tidak menunjukkan masalah heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji yang disebut uji Glejser. Dikatakan tidak heteroskedastisitas jika nilai signifikan (sig.) lebih besar dari 0,05 ($>0,05$).

3.7.3 Uji Hipotesis

1. Analisis regresi linier berganda

Model regresi linier dengan satu variabel dependen kontinu dan k (atau lebih) variabel independen kontinu atau kategoris adalah arti dari model regresi linier berganda. Untuk menguji pengaruh modal usaha, harga, dan biaya promosi usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo terhadap pendapatan usaha kuliner mereka menggunakan model regresi linier berganda. Berikut persamaan regresi linier berganda:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Pendapatan usaha

X_1 = Modal usaha

A = Konstanta

X_2 = Harga jual

β_1 = Koefisien regresi modal usaha

X_3 = Biaya promosi

β_2 = Koefisien regresi harga jual

e = Residual/ error

β_3 = Koefisien regresi biaya promosi

2. Uji t

Uji t dapat digunakan untuk menentukan apakah dampak dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial

signifikan (dengan sendirinya). Aturan uji t meliputi yang berikut:

- a. Pengaruh signifikan secara parsial berlaku saat nilai signifikansi (sig.) $< 0,05$.
- b. Tidak ada dampak yang signifikan secara parsial saat nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05.

3. Uji f

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah suatu variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan (simultan). Pedoman uji f adalah sebagai berikut:

- a. Ada pengaruh yang signifikan jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$.
- b. Tidak ada pengaruh yang signifikan jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan terkait proporsi pengaruh dari semua variabel dependen terhadap variabel independen (Ismanto & Pebruary, 2021). Kemudian untuk nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu antara 0 dan 1. Kesanggupan variabel independen yang cukup terbatas dalam menjelaskan variabel dependen apabila nilai R^2 semakin kecil. Dan apabila R^2 akan mendekati nilai 1, maka dapat dikatakan

bahwa variabel independen dapat menjelaskan terkait informasi yang diperlukan untuk variabel dependen.



BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal usaha, harga jual, dan biaya promosi terhadap pendapatan usaha kuliner. Usaha kuliner yang dipilih untuk penelitian ini adalah berlokasi di Kecamatan Driyorejo. Kecamatan Driyorejo merupakan sebuah kecamatan di Kabupaten Gresik yang memiliki luas wilayah 5.129,72 Ha. Batas wilayah pada Kecamatan Driyorejo adalah untuk sebelah utara dan timur berbatasan dengan Kota Surabaya, sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Wringinanom, serta sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Sidoarjo. Sebagai wilayah yang memiliki batas wilayah dengan Kota Surabaya, menjadikan Kecamatan Driyorejo sebagai wilayah penyangga Kota Surabaya dalam kegiatannya dengan semakin banyak berdirinya perumahan dan pabrik. Kegiatan industri sedang dan besar di Kecamatan Driyorejo tersebar di beberapa desa, seperti Desa Bambe, Banjaran, Cangkir, Driyorejo, Karangandong, Krikilan, Mulung, Sumput, dan Tenaru (Handoko, 2020).

Penelitian ini memakai data primer dari para pengusaha kuliner Kecamatan Driyorejo yang terdaftar di DRY-JEK dengan mengisi

kuesioner. DRY-JEK adalah platform layanan pesan antar bagi UMKM dan seluruh masyarakat Kecamatan Driyorejo dengan ongkir yang terjangkau. Jasa layanan pada platform DRY-JEK adalah jasa antar barang, antar makanan, antar penumpang, dan antar dokumen. Layanan DRY-JEK beroperasi setiap hari Senin sampai Minggu mulai pukul 6 pagi hingga pukul 9 malam.

4.1.2 Karakteristik Sampel Penelitian

Pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah menggunakan teknik *probability sampling*. Dimana setiap komponen populasi memiliki peluang yang sama dalam memilih anggota sampel. Sebelum menyebarkan kuesioner penelitian, peneliti terlebih dahulu mengumpulkan data responden yang diperlukan dari instagram DRY-JEK. Setelah mendapatkan data tersebut, peneliti mengirim kuesioner dalam bentuk gform melalui Whatsapp kepada responden untuk di isi. Peneliti menyebar kuesioner tersebut ke 66 responden. Kemudian dengan menggunakan rumus Slovin untuk menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini, maka digunakan sebanyak 57 responden atau sampel untuk penelitian ini dari 132 populasi dengan nilai kritis 10%.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden

Karakteristik responden berkaitan dengan jenis kelamin dibagi menjadi 2 yaitu perempuan dan laki-laki. Karakteristik tersebut disajikan dalam tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	47	82%
Laki-laki	10	18%
Jumlah	57	100%

Sumber: Data Primer diolah dengan Excel, 2023

Bersumber dari tabel 4.1 terkait dengan jenis kelamin responden, bahwa responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 47 orang atau dengan persentase 82%. Kemudian untuk responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 10 orang atau dengan persentase 18%. Dapat diketahui bahwa responden lebih banyak responden yang berjenis kelamin perempuan sebesar 82%. Hal ini disebabkan karena perempuan dalam membuka usaha kuliner untuk mendapatkan penghasilan tambahan, karena yang laki-laki lebih banyak bekerja di pabrik.

4.2.2 Deskripsi Alamat Responden

Kecamatan Driyorejo merupakan sebuah kecamatan yang berada di Kabupaten Gresik dengan jumlah 16 desa. Adapun alamat

responden dalam melakukan kegiatan usaha disajikan dalam tabel

4.2 berikut ini:

Tabel 4.2 Alamat Responden

Alamat	Jumlah	Persentase
Bambe	5	9%
Banjaran	6	11%
Cangkir	2	4%
Driyorejo	1	2%
Gadung	2	4%
Karangandong	2	4%
Kesamben Wetan	2	4%
Krikilan	3	5%
Mojosarirejo	5	9%
Mulung	6	11%
Petiken	7	12%
Randegansari	2	4%
Sumput	9	16%
Tanjungan	2	4%
Tenaru	2	4%
Wedoroanom	1	2%
Jumlah	57	100%

Sumber: Data Primer diolah dengan Excel, 2023

Dari 16 desa di Kecamatan Driyorejo, dapat diketahui bahwa Desa Sumput merupakan desa yang paling banyak sebagai tempat responden dalam melakukan usaha yaitu sebanyak 9 responden.

Kemudian diikuti dengan Desa Petiken yang memiliki responden sebanyak 7 orang, Desa Banjaran dan Mulung sebanyak 6 responden, Desa Bambe dan Mojosarirejo dengan 5 responden, Desa Krikilan dengan 2 responden, Desa Cangkir, Gadung, Karangandong, Kesamben Wetan, Randegansari, Tanjungan, dan Tenaru masing-masing mempunyai 2 responden, serta Desa

Driyorejo dan Wedoroanom memiliki 1 responden. Banyaknya responden yang berada di Desa Sumpat, Petiken, Banjaran, Mulung, Bambe, dan Mojosarirejo disebabkan di desa tersebut banyak berdiri pabrik serta perumahan, sehingga memiliki peluang untuk memperoleh penghasilan tambahan dengan membuat usaha.

4.2.3 Deskripsi Jenis Usaha Responden

Karakteristik responden terkait jenis usaha dibagi menjadi yaitu usaha makanan, minuman, serta makanan dan minuman. Adapun jenis usaha yang dilakukan responden disajikan dalam tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3 Jenis Usaha Responden

Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
Makanan	46	81%
Minuman	4	7%
Makanan dan Minuman	7	12%
Jumlah	57	100%

Sumber: Data Primer diolah dengan Excel, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 terkait jenis usaha yang dilakukan responden, bahwa sebanyak 46 responden atau dengan persentase 81% jenis usaha yang dilakukan berkaitan dengan usaha makanan. Kemudian sebanyak 4 responden atau dengan persentase 7% melakukan usaha kuliner berkait dengan usaha minuman. Sedangkan sebanyak 7 responden atau dengan persentase 12% melakukan usaha terkait dengan makanan dan minuman.

Banyaknya responden yang melakukan usaha kuliner yang berkaitan dengan makanan dikarenakan makanan merupakan sumber energi yang harus dipenuhi oleh setiap manusia agar dapat melakukan kegiatan sehari-hari. Jenis makanan serta minuman yang dijual oleh pengusaha kuliner di Kecamatan Driyorejo adalah beraneka ragam. Makanan khas Indonesia, makanan berat, makanan ringan, serta makanan kekinian merupakan jenis makanan yang dijual oleh pengusaha kuliner di Kecamatan Driyorejo. Minuman yang dijual juga beragam jenis, mulai dari minuman tradisional, minuman khas Indonesia, hingga minuman kekinian.

4.2.4 Deskripsi Lama Usaha Responden

Waktu usaha yang dilakukan oleh para pengusaha kuliner di Kecamatan Driyorejo sangat beragam, mulai dari yang bulanan sampai tahunan. Berikut lama usaha yang telah dilakukan oleh pengusaha kuliner di Kecamatan Driyorejo yang disajikan dalam tabel 4.4:

Tabel 4.4 Lama Usaha Responden

Lama Usaha	Jumlah	Persentase
6 bulan	9	16%
8 bulan	3	5%
10 bulan	2	4%
11 bulan	1	2%
1 tahun	20	35%
1,5 tahun	5	9%
2 tahun	6	11%
3 tahun	8	14%

Lama Usaha	Jumlah	Persentase
4 tahun	3	5%
Jumlah	57	100%

Sumber: Data Primer diolah dengan Excel, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 terkait lama usaha yang dilakukan responden, bahwa responden atau pengusaha kuliner mayoritas telah mendirikan usaha kuliner selama 1 tahun yaitu sebanyak 20 responden atau dengan persentase 35%. Kemudian untuk paling lama telah mendirikan usaha kuliner adalah selama 4 tahun sebanyak 3 responden atau dengan persentase 5%. Dan untuk responden yang masih baru dalam mendirikan usaha kuliner adalah selama 6 bulan dengan 9 responden atau 16 %.

4.2.5 Deskripsi Modal Usaha Responden

Modal usaha merupakan bagian penting dari sebuah usaha. Dengan memaksimalkan modal usahanya maka akan produk yang didagangkan juga akan maksimal dan memperoleh pendapatan yang sesuai.

Tabel 4.5 Modal Usaha Responden

Modal Usaha	Jumlah	Persentase
Kurang dari Rp 1.000.000	4	7%
Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	28	49%
Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	13	23%
Lebih dari Rp 3.000.000	12	21%
Jumlah	57	100%

Sumber: Data Primer diolah dengan Excel, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 menyatakan bahwa, sebanyak 4 responden atau 7% memiliki modal usaha terkecil yaitu kurang dari Rp 1.000.000. Kemudian responden terbanyak yang memiliki modal usaha Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 adalah sebanyak 28 responden atau sebanyak 49%. Sedangkan responden yang memiliki modal Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000 adalah sebanyak 13 responden atau 23%. Dan untuk responden yang memiliki modal usaha lebih dari Rp 3.000.000 berjumlah 12 responden atau 21%.

4.2.6 Deskripsi Harga Jual Responden

Harga memiliki peran penting dalam mempertahankan dan meningkatkan posisi pasar, penjualan serta keuntungan. Sehingga penetapan harga harus dipertimbangkan dengan berbagai faktor yang mempengaruhi harga.

Tabel 4.6 Harga Jual Responden

Harga Jual	Jumlah	Persentase
Kurang dari Rp 10.000	11	19%
Rp 10.000 - Rp 20.000	40	70%
Rp 20.000 - Rp 30.000	4	7%
Lebih dari Rp 30.000	2	4%
Jumlah	57	100%

Sumber: Data Primer diolah dengan Excel, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 terkait harga jual yang ditetapkan menyatakan bahwa, sebanyak 11 responden atau 19% mematok harga jual untuk usahanya yaitu kurang dari Rp 10.000. Kemudian sebagai jumlah responden terbanyak yang menetapkan harga jual Rp

10.000 - Rp 20.000 adalah sebanyak 40 responden atau sebanyak 70%. Sedangkan responden yang menetapkan harga jual Rp 20.000 - Rp 30.000 adalah sebanyak 4 responden atau 7%. Dan untuk responden yang menetapkan harga jualnya lebih dari Rp 30.000 berjumlah 2 responden atau 4% merupakan jumlah responden paling sedikit dalam jumlah responden.

4.2.7 Deskripsi Pendapatan Usaha Responden

Setiap pelaku usaha dalam melakukan kegiatan usaha tujuannya untuk memperoleh pendapatan yang banyak. Pendapatan yang diperoleh merupakan akan berdampak pada perkembangan usaha selanjutnya.

Tabel 4.7 Pendapatan Usaha Responden

Pendapatan Usaha	Jumlah	Persentase
Kurang dari Rp 1.000.000	16	28%
Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	28	49%
Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	9	16%
Lebih dari Rp 3.000.000	4	7%
Jumlah	57	100%

Sumber: Data Primer diolah dengan Excel, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 terkait dengan pendapatan usaha per bulan yang diperoleh responden, maka sebanyak 16 responden atau 28% memperoleh pendapatan kurang dari Rp 1.000.000. Selanjutnya untuk responden yang memperoleh pendapatan Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 adalah sebanyak 26 responden atau 49%. Kemudian untuk responden yang memperoleh pendapatan Rp

2.000.000 - Rp 3.000.000 sebanyak 9 responden atau 16%. Dan untuk responden yang memperoleh pendapatan lebih dari Rp 3.000.000 sebanyak 4 orang atau 7%. Dari hasil tersebut, dapat diketahui bahwa paling banyak responden memiliki pendapatan Rp 1.000.000 - 2.000.000.

4.2.8 Deskripsi Biaya Promosi Responden

Kegiatan promosi merupakan kegiatan yang perlu dilakukan oleh pelaku usaha guna memperkenalkan produk usahanya agar terkenal dan meningkatkan produknya. Dalam melakukan kegiatan promosi diperlukan biaya promosi agar kegiatan promosi tersebut dapat maksimal.

Tabel 4.8 Biaya Promosi Responden

Biaya Promosi	Jumlah	Persentase
Gratis	4	7%
Rp 10.000	17	30%
Rp 30.000	36	63%
Jumlah	57	100%

Sumber: Data Primer diolah dengan Excel, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 terkait biaya promosi yang dikeluarkan oleh responden dibagi menjadi tiga, yaitu gratis, Rp 10.000, dan Rp 30.000. Sebanyak 4 responden atau 7% tidak mengeluarkan biaya untuk melakukan promosi di sosial media DRY-JEK atau dapat disebut gratis dalam melakukan promosi. Kemudian 17 responden atau 30% mengeluarkan biaya promosi sebanyak 10.000. Dan 36

responden atau 64% mengeluarkan biaya 30.000 untuk melakukan promosi di sosial media DRY-JEK. Sehingga dapat disimpulkan bahwa banyak responden yang mengeluarkan biaya untuk promosi sebesar Rp 30.000.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Statistik Deskriptif

Variabel independen dalam penelitian ini adalah modal usaha (X1), harga jual (X2), dan biaya promosi (X3). Kemudian untuk variabel dependen dalam penelitian ini berupa pendapatan usaha (Y). Statistik deskriptif digunakan dalam menyajikan informasi terkait nilai rata-rata, minimal, dan maksimum pada variabel independen dan dependen penelitian ini. Berikut tampilan statistik deskriptif dalam tabel 4.9 untuk variabel penelitian tersebut:

Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean
Modal Usaha	57	18,00	27,00	22,1930
Harga Jual	57	10,00	20,00	16,9123
Biaya Promosi	57	7,00	19,00	15,5439
Pendapatan Usaha	57	8,00	20,00	16,3684
Valid N (listwise)	57			

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui hasil uji statistik deskriptif dengan SPSS 26 menyatakan bahwa nilai minimum untuk variabel modal usaha (X1) adalah 18 sedangkan nilai maksimum senilai 27 serta nilai rata-rata variabel modal usaha senilai 22,19. Kemudian

untuk hasil uji statistik deskriptif menyatakan bahwa nilai minimum untuk variabel harga jual (X_2) adalah 10 dan nilai maksimum senilai 20, serta untuk nilai rata-rata variabel harga jual senilai 16,91.

Selanjutnya untuk hasil uji statistik deskriptif dengan SPSS 26 terkait variabel biaya promosi (X_3) menyatakan bahwa nilai minimumnya adalah 7 dan nilai maksimum senilai 19, sedangkan nilai rata-rata untuk variabel biaya promosi senilai 15,54. Dan hasil uji statistik deskriptif untuk variabel pendapatan (Y) menyatakan bahwa nilai minimumnya adalah senilai 8 dan nilai maksimum senilai 20, serta untuk nilai rata-rata variabel pendapatan usaha senilai 16,37.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yakni suatu uji yang perlu dilakukan sebagai syarat sebelum melaksanakan uji hipotesis. Dengan hasil yang diperoleh dari melakukan uji asumsi klasik akan berpengaruh terhadap uji selanjutnya, apakah layak atau tidak data tersebut untuk dianalisis. Uji asumsi klasik yang dipakai untuk penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebaran data dalam suatu kelompok data atau variabel terdistribusi

normal atau tidak. Model tersebut disebut baik jika terdistribusi secara normal.

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,80493963
Most Extreme Differences	Absolute	0,100
	Positive	0,086
	Negative	-0,100
Test Statistic		0,100
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS 26, 2023

Hasil uji normalitas untuk penelitian ini dalam tabel 4.10 yaitu menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov yang bersyarat bahwa apabila terdistribusi normal saat nilai $P(\text{Sig.}) > 0,05$. Kemudian diperoleh nilai $P(\text{Sig.})$ yaitu sebesar 0,200, maka dapat dinyatakan terdistribusi normal karena nilai signifikansinya lebih dari 0,05.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel bebas. Disebut sebagai model regresi yang baik adalah jika tidak ada korelasi antara variabel bebas. Untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau tidak dalam uji multikolinearitas, maka digunakan nilai ketentuan VIF

(*Variance Inflation Factor*) serta nilai *Tolerance*. Dinyatakan tidak ada masalah multikolinearitas yaitu apabila nilai $VIF < 10$ serta nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 ($>0,10$). Berikut hasil uji multikolinearitas berdasarkan data yang telah dikumpulkan dalam tabel 4.11:

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Modal Usaha	0,956	1,046
Harga Jual	0,867	1,153
Biaya Promosi	0,850	1,177

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 4.11, menyatakan bahwa variabel modal usaha (X1) memperoleh nilai VIF sebesar 1,046 dan nilai tolerance sebesar 0,956. Kemudian untuk variabel harga jual (X2) memperoleh nilai VIF 1,153 dan nilai tolerance 0,867. Dan variabel biaya promosi (X3) memperoleh nilai VIF sebesar 1,177 dan nilai tolerance sebesar 0,850. Nilai yang didapatkan pada variabel modal usaha, harga jual, dan biaya promosi menyebutkan bahwa nilai VIF kurang dari 10 (<10) dan nilai tolerance lebih dari 0,10 ($>0,10$). Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini tidak ada masalah multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varian antara berbagai residual pengamatan yang berbeda. Disebut sebagai model regresi yang baik apabila residual varian di seluruh pengamatan adalah tetap dan tidak menunjukkan masalah heteroskedastisitas. Dalam uji heteroskedastisitas untuk penelitian ini menggunakan uji Glejser. Tidak adanya heteroskedastisitas apabila nilai signifikan (sig.) adalah lebih besar dari 0,05. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser untuk penelitian ini disajikan dalam tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
(Constant)	0,331
Modal Usaha	0,272
Harga Jual	0,340
Biaya Promosi	0,118

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 4.12, diketahui bahwa nilai signifikan untuk variabel modal usaha (X1) adalah sebesar 0,272. Kemudian untuk variabel harga jual memiliki nilai signifikan sebesar 0,340. Dan variabel biaya promosi memperoleh nilai signifikan sebesar 0,118. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak ada masalah heteroskedastisitas karena nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

4.3.3 Uji Hipotesis

1. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji terdapat pengaruh atau tidak dalam variabel independen (modal usaha, harga jual, dan biaya promosi) terhadap variabel dependen (pendapatan usaha). Berikut hasil analisis regresi linier berganda untuk penelitian ini yang ada dalam tabel 4.13:

Tabel 4.13 Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	9,384	3,582
Modal Usaha	-0,290	0,143
Harga Jual	0,292	0,130
Biaya Promosi	0,546	0,122

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS 26, 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang terdapat dalam tabel 4.13, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = a - 0,290X_1 + 0,292X_2 + 0,546X_3 + e$$

Maka hasil dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diambil penjelasan bahwa:

1. Konstanta (a) dari hasil analisis adalah sebesar 9,384.

Hal tersebut bermakna positif, apabila nilai dalam setiap variabel independen (modal usaha, harga jual, dan biaya

promosi) konstan sehingga disertai dengan kenaikan variabel dependen (pendapatan usaha).

2. Apabila diketahui variabel modal usaha adalah -0,290, maka variabel modal usaha mendapati kenaikan satu satuan dan pendapatan usaha terdapat penurunan sebesar 0,290.
3. Apabila diketahui variabel harga jual adalah 0,292, maka variabel harga jual mendapati kenaikan satu satuan dan pendapatan usaha terdapat kenaikan sebesar 0,292.
4. Apabila diketahui variabel biaya promosi adalah 0,546, maka variabel biaya promosi mendapati kenaikan satu satuan dan pendapatan usaha terdapat kenaikan sebesar 0,546.
5. e = standar error

2. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh secara sendiri-sendiri (parsial) variabel independen terhadap variabel dependen. Dikatakan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial jika nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0,05 ($<0,05$). Berikut hasil uji t berdasarkan data dalam penelitian ini yang ditampilkan dalam tabel 4.14:

Tabel 4.14 Hasil Uji T

	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	9,384	3,582	2,620	0,011
Modal Usaha	-0,290	0,143	-2,020	0,048
Harga Jual	0,292	0,130	2,243	0,029
Biaya Promosi	0,546	0,122	4,489	0,000

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 4.14, dapat diketahui hasil setiap variabel independen tersebut terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel dependen:

a. Variabel Modal Usaha (X1)

Diketahui berdasarkan hasil pada tabel 4.13 bahwa nilai Sig untuk variabel modal usaha adalah 0,048. Hal tersebut berarti nilai sig kurang dari 0,05 ($<0,05$), sehingga variabel modal usaha memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha.

b. Variabel Harga Jual (X2)

Diketahui menurut tabel 4.13 bahwa nilai Sig untuk variabel harga jual adalah 0,029. Hal tersebut berarti nilai sig kurang dari 0,05 ($<0,05$), sehingga H1 yaitu variabel harga jual memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha.

c. Variabel Biaya Promosi (X3)

Diketahui berdasarkan hasil pada tabel 4.13 bahwa nilai Sig untuk variabel biaya promosi adalah 0,000. Sehingga

bermakna nilai sig kurang dari 0,05 ($<0,05$), artinya H2 yaitu variabel biaya promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha.

3. Uji F

Uji f digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh secara keseluruhan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dikatakan terdapat pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen adalah apabila nilai sig kurang dari 0,05. Berikut hasil uji f berdasarkan data dalam penelitian ini yang ditampilkan dalam tabel 4.15:

Tabel 4.15 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	126,826	3	42,275	12,281	,000 ^b
	Residual	182,437	53	3,442		
	Total	309,263	56			

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS 26, 2023

Hasil uji f berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa nilai sig adalah sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05. Maka dapat diartikan bahwa variabel modal usaha (X1), harga jual (X2), dan biaya promosi (X3) secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel pendapatan usaha (Y).

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk menjelaskan proporsi pengaruh dari semua variabel independen terhadap variabel dependen. Dikatakan terdapat kaitan yang kuat ketika nilai R^2 hendak mencapai angka satu. Berikut nilai R^2 untuk penelitian ini dalam tabel 4.16:

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,640 ^a	0,410	0,377	1,85532

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Modal Usaha, Harga Jual

Sumber: Hasil olah data dengan SPSS 26, 2023

Tabel 4.16 memperlihatkan bahwa R^2 bernilai 0,410 yang bermakna bahwa variabel independen (modal usaha, harga jual, dan biaya promosi) dapat menguraikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen (pendapatan usaha) sebesar 41 %. Kemudian untuk sisanya yaitu 59% yang mempengaruhi pendapatan dapat diuraikan dengan faktor lainnya seperti jenis kelamin pelaku usaha, jenis usaha, lama usaha, dan tempat usaha.

4.4 Pembahasan

Hasil data yang telah diuji dengan menggunakan *software* SPSS 26 mengenai variabel modal usaha, harga jual, dan biaya promosi terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo, maka interpretasi dari hasil uji hipotesis adalah:

1. Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan Usaha Kuliner

Hipotesis pertama yang dikemukakan adalah modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha. Hal tersebut diyakinkan dengan hasil olah data SPSS 26 bahwa nilai sig dalam uji t adalah 0,048. Nilai sig 0,048 kurang dari 0,05 yang berarti modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha sehingga hipotesis pertama diterima. Kemudian nilai koefisien variabel modal usaha adalah -0,290 yang bermakna jika modal usaha mengalami kenaikan satu satuan, maka pendapatan usaha mengalami penurunan atau jika modal usaha mengalami penurunan, maka pendapatan usaha mengalami kenaikan. Dengan demikian modal usaha berdampak kearah negatif untuk pendapatan usaha. Berdasarkan karakteristik yang telah dijabarkan, diketahui bahwa mayoritas pelaku usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo adalah perempuan. Seorang perempuan dalam mengelola keuangan disebut lebih detail dan disiplin dibandingkan laki-laki. Dengan kedisiplinan tersebut, maka dapat mengelola keuangan sesuai kebutuhan dan sisanya dapat ditabung. Uang hasil menabung dan didukung dengan lokasi usaha yang dekat dengan pabrik, pelaku usaha

memutarkan uangnya agar memperoleh pemasukan lebih banyak lagi dengan mendirikan usaha. Dengan mengelola modal usaha yang relatif kecil serta kuliner yang dijual hanya jenis makanan, maka dapat memaksimalkan volume produknya serta volume penjualan juga tinggi akan berdampak pada pendapatan usaha yang diperoleh.

Hasil penelitian ini membuktikan teori akuntansi manajerial dan teori sinyal. Akuntansi manajerial berguna sebagai pemberi informasi terkait perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan terhadap aktivitas perusahaan. Analisis *cost volume profit* (CVP) sebagai alat yang digunakan dalam memperkirakan perubahan biaya, volume, dan harga. Ketika melakukan usaha dibutuhkan modal usaha yang bersumber dari modal pribadi dan juga ditopang dengan modal eksternal (modal pinjaman). Jumlah modal yang telah ada tersebut akan berpengaruh terhadap ketersediaan permintaan pembeli terkait hasil produk usahanya. penggunaan modal usaha secara baik dan maksimal akan menaikkan kapasitas produk sehingga volume produk juga mendapat peningkatan. Peningkatan hasil produk usahanya dan diikuti produk yang terjual akan berdampak pada bertambahnya pendapatan, sehingga modal usaha memiliki peran dalam penetapan besarnya pendapatan usaha.

Teori sinyal yang menyatakan bahwa manajemen (pemilik informasi) harus memberikan sinyal kepada pemilik (penerima informasi) terkait kondisi perusahaan. Sebagai hal yang penting dalam

membangun usaha, modal usaha akan berpengaruh terhadap sedikit banyaknya pendapatan yang didapatkan oleh pengusaha. Didorong dengan kemampuan usaha tersebut untuk mengelola modal usahanya dengan efektif dan akurat. Mengelola modal usaha dengan baik akan meningkatkan pendapatan usaha, tetapi pendapatan usaha akan turun jika dalam mengelola modal usaha dengan salah. Semakin banyaknya pendapatan yang diperoleh, menjadi sinyal positif untuk penerima informasi dan akan mendorong pengusaha untuk meningkatkan modalnya. Hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andri Waskita Aji dan Sela Putri Listyaningrum (2021) mengungkapkan bahwa modal usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha.

2. Pengaruh Harga Jual terhadap Pendapatan Usaha Kuliner

Hipotesis kedua yang dikemukakan adalah harga jual berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan usaha. Hal tersebut diyakinkan dengan hasil olah data SPSS 26 bahwa nilai sig dalam uji t adalah 0,029. Nilai sig 0,029 kurang dari 0,05 bermakna harga jual berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha sehingga hipotesis pertama diterima. Diketahui bahwa nilai koefisien untuk variabel harga jual adalah 0,292 yang artinya harga jual memberi pengaruh kearah positif untuk pendapatan usaha. Dengan demikian harga jual memiliki pengaruh untuk usaha kuliner, dengan melakukan penetapan harga yang

baik seperti memperhatikan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi harga jual maka akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh. Rata-rata pelaku usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo mendirikan usaha kuliner jenis makanan dengan harga jual dari Rp 10.000 hingga Rp 20.000. Penetapan harga yang terjangkau tersebut berdampak pada volume penjualan dan pendapatan yang diperoleh.

Hasil penelitian ini membuktikan teori akuntansi manajerial dan teori sinyal. Akuntansi manajerial digunakan sebagai pemberi informasi terkait perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan terhadap aktivitas perusahaan. Analisis biaya volume laba (*cost volume profit*) merupakan alat perencanaan dan pengambilan keputusan terkait biaya, volume penjualan, dan harga. Analisis biaya volume laba (*cost volume profit*) digunakan sebagai barometer dalam mencapai hal yang utama, yaitu titik impas. Titik impas (*break even point*) merupakan titik dimana perusahaan memperoleh pendapatan yaitu sama dengan jumlah biaya. Dengan analisis titik impas ini, manajemen dapat mengetahui tingkat volume penjualan yang diharapkan dengan memperkirakan harga jual yang sesuai sehingga perusahaan memperoleh pendapatan yang ingin dicapai atau perusahaan tidak merugi maupun untung. Artinya penggunaan Penetapan harga jual yang baik berdampak pada peningkatan volume penjualan, sehingga harga jual berperan dalam perolehan pendapatan usaha.

Teori sinyal menyatakan bahwa manajemen (pemilik informasi) harus memberikan sinyal kepada pemilik (penerima informasi) terkait kondisi perusahaan. Sehingga dalam mempertimbangkan harga jual harus tepat dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi harga jual. Dengan menetapkan harga jual yang tepat serta cermat akan dapat saling menguntungkan antara pembeli dan penjual. Tepatnya harga jual akan berdampak sebagai sinyal kepada konsumen maupun pemilik untuk menambah produk atau mengurangnya dan hal tersebut akan berdampak pada pendapatan yang diperoleh dalam kegiatan usahanya.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ni Wayan Ari Santi, Iyus Akhmad Haris, dan I Nyoman Sujana pada 2019 yang menyatakan bahwa harga jual memiliki pengaruh signifikan untuk pendapatan usaha. Semakin besar dalam menetapkan harga jual maka akan berpengaruh dengan semakin besar pendapatan yang didapatkan.

3. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Pendapatan Usaha Kuliner

Hipotesis ketiga yang dikemukakan adalah biaya promosi berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan usaha. Hal tersebut diyakinkan dengan hasil olah data SPSS 26 bahwa nilai sig dalam uji t adalah 0,000. Nilai sig 0,000 kurang dari 0,05 memiliki arti biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha sehingga

hipotesis pertama diterima. Kemudian nilai koefisien untuk variabel biaya promosi adalah 0,546 yang bermakna biaya promosi memberi pengaruh kearah positif terhadap pendapatan usaha. Dalam aktivitas usaha, kegiatan promosi adalah hal yang berperan dalam peningkatan penjualan dan akan memperoleh pendapatan yang tinggi sehingga dikeluarkan sejumlah uang untuk promosi usahanya agar berjalan secara maksimal. Salah satu kegiatan promosi yang dapat dilakukan adalah dengan bekerja sama dengan DRY-JEK, sebagai platform layanan pesan antar DRY-JEK sangat membantu pengusaha kuliner di Kecamatan Driyorejo. Pengusaha kuliner dapat memilih paket promosi yang disediakan platform DRY-JEK, yaitu Rp 10.000 per minggu atau Rp 30.000 per bulan. Maka dari itu, dengan mempromosikan usahanya di DRY-JEK penjualan usaha menjadi lebih stabil dan meningkatkan volume penjualan sehingga biaya yang dikeluarkan selaras dengan peningkatan pendapatan usaha yang diperoleh.

Hasil penelitian ini membuktikan teori akuntansi manajerial dan teori sinyal. Akuntansi manajerial berguna untuk pemberi informasi terkait perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan terhadap aktivitas perusahaan. Analisis *cost volume profit* (CVP) digunakan sebagai alat perencanaan dan pengambilan keputusan terkait dengan biaya, volume penjualan, dan harga. Pihak manajemen perlu membuat perencanaan untuk mencapai pendapatan yang diinginkan, salah satunya dengan menjangkau target pemasaran dengan

menginformasikan produknya kepada banyak orang dan dalam menunjang kegiatan menginformasikan produknya, perusahaan mengeluarkan biaya promosi. Biaya promosi sebagai biaya tetap yang dikeluarkan setiap minggu atau bulan serta pengeluaran tersebut telah dirancang dan ditetapkan sebanding dengan peningkatan volume penjualan dan berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh juga terjadi peningkatan.

Berdasarkan teori sinyal yang menerangkan manajemen (pemilik informasi) harus memberikan sinyal kepada pemilik (penerima informasi) terkait kondisi perusahaan. Biaya yang dikeluarkan pengusaha untuk kegiatan promosi bermakna bahwa usaha tersebut memiliki kualitas produk yang bagus dan memberikan informasi yang baik untuk konsumen sehingga akan membeli produk jualannya dan memperoleh pendapatan. Ketika akan melakukan promosi, pengusaha harus melakukan riset secara berkala agar memperoleh informasi terkait kondisi pasar sehingga biaya yang dikeluarkan akan maksimal dan kegiatan promosi yang dilakukan berhasil. Hal tersebut akan menjadi sinyal yang positif untuk penerima informasi bahwa usaha tersebut memiliki kemampuan dalam mengembangkan usahanya.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sri Fitri Handayani (2020) yang mengungkapkan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Besarnya biaya promosi yang dikeluarkan dan berhasilnya promosi

yang dilakukan sesuai harapan maka pendapatan usaha yang diperoleh selaras dengan biaya untuk promosi.

4. Pengaruh Modal Usaha, Harga Jual, dan Biaya Promosi terhadap Pendapatan Usaha Kuliner

Hipotesis keempat dalam penelitian ini yaitu modal usaha, harga jual, dan biaya promosi berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan usaha. Berdasarkan hasil olah data dengan SPSS 26 diperoleh hasil uji F dengan nilai sig sebesar 0,000 dan nilai f hitung sebesar 12,28. Nilai sig 0,000 yang kurang dari 0,05 tersebut bermakna bahwa secara simultan, variabel modal usaha, harga jual, dan biaya promosi berpengaruh terhadap pendapatan usaha. Hal tersebut berarti bahwa dalam memperoleh pendapatan usaha (Y) harus memperhatikan beberapa faktor seperti modal usaha, harga jual, dan biaya promosi.

Uji koefisien determinasi (R) dalam penelitian ini diperoleh nilai 0,410 yang memiliki makna bahwa variabel modal usaha, harga jual, dan biaya promosi dalam kaitannya menjelaskan variabel pendapatan usaha berkontribusi sebesar 41%. Dan untuk sisanya sebesar 59% dijelaskan dengan variabel independen yang lainnya, seperti jenis kelamin pelaku usaha, jenis usaha, lama usaha, dan tempat usaha.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Merujuk pada hasil penelitian terkait dengan pengaruh modal usaha, harga jual, dan biaya promosi terhadap pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo, selanjutnya bisa ditarik kesimpulan berikut ini:

1. Modal usaha berpengaruh negatif dan signifikan untuk pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan teori akuntansi manajerial dan teori sinyal. Penggunaan modal usaha yang baik berpengaruh pada volume produk dan volume penjualan yang akan berpengaruh pada pendapatan usaha.
2. Harga jual berpengaruh positif dan signifikan untuk pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo. Sehingga, penelitian ini membuktikan teori akuntansi manajerial dan teori sinyal. Penetapan harga jual yang sesuai dengan volume produk dan penjualan berpengaruh terhadap pendapatan usaha.
3. Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan untuk pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan teori akuntansi manajerial dan teori sinyal. Biaya promosi yang dikeluarkan pengusaha dan sesuai dengan volume penjualan akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh.

4. Modal usaha, harga jual, dan biaya promosi secara simultan berpengaruh signifikan untuk pendapatan usaha kuliner di Kecamatan Driyorejo. Dengan demikian, untuk memperoleh pendapatan usaha yang sesuai harapan harus memperhatikan beberapa faktor seperti modal usaha, harga jual, dan biaya promosi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian serta pembahasan tersebut, adapun saran yang dapat disampaikan adalah:

1. Untuk penelitian selanjutnya, dapat menambah variabel lainnya yang memiliki kemungkinan akan mempengaruhi pendapatan usaha dan mengembangkan variabel yang belum diteliti oleh peneliti sebelumnya.
2. Untuk pengusaha kuliner, hasil dari menguji modal usaha, harga jual dan biaya promosi tersebut dengan demikian harus selalu dipertahankan dan ditingkatkan usaha kulinernya sehingga memperoleh pendapatan sesuai harapan.
3. Untuk platform DRY-JEK, diharapkan semakin gencar dalam memperkenalkan platform DRY-JEK agar bisa menjangkau semua usaha kuliner maupun bidang lainnya di Kecamatan Driyorejo dan sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, F. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendaptan Usaha Mikro Jamu Kota Semarang*. Universitas Negeri Semarang.
- Afriyadi, A. D. (2023). *Pandemi Usai, Orang Masih Getol Beli Makanan Lewat Online*. Detik Finance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6558675/pandemi-usai-orang-masih-getol-beli-makanan-lewat-online>
- Agmasari, S. (2021). *Menparekraf Sebut Sektor Kuliner Sumbang 42 Persen Pendapatan Negara Saat Pandemi*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/food/read/2021/09/14/192700975/menparekraf-sebut-sektor-kuliner-sumbang-42-persen-pendapatan-negara-saat?page=1>
- Ahmad, K. (2015). *Akuntansi Manajemen: Dasar-dasar Konsep Biaya & Pengambilan Keputusan*. PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Aji, A. W., & Listyaningrum, S. P. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, dan Teknologi Informasi terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Bantul. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 6(1), 87–102.
- Ajusta, A. A. G., & Afif, N. S. (2021). Membangun Bisnis Kuliner Sebagai Pemula. *AKRAB JUARA*, 6, 133–143.
- Alfiani, F., Ani, H. M., & Hartanto, W. (2018). Pengaruh Kuantitas Produk dan Harga Jual terhadap Pendapatan Usahatani Jamur Merang (Studi Kasus pada Kelompok Tani Paguyuban Kaola Mandiri Di Desa Rambipuji Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(2), 247–252.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. DEEPUBLISH.
- Ayodya, W. (2016). *Business Plan Usaha Kuliner Skala UMKM*. PT Elex Media Komputindo.
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). Retrieved November 13, 2022, from <https://www.bps.go.id/istilah/index.html?Istilah%5Bkatacarian%5D=pendapatan&yt0=Tampilkan>
- Belmo, K., & Neno, M. S. (2020). Analisis Biaya-Volume-Laba Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Pabrik Tahu Pink Jaya – Oebufu, Kupang. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 13(3), 285–298.
- Chairunnisa, N. (2023). *Sejumlah Restoran di Jerman Terapkan Denda Jika Tamu Sisakan Makanan - Travel Tempo.co*. Tempo.Com. <https://travel.tempo.co/read/1689739/sejumlah-restoran-di-jerman-terapkan-denda-jika-tamu-sisakan-makanan>
- Dewi, N. P. S. (2017). Pengaruh Harga Jual Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Kartu Im3 Pada Pt. Meliana Perkasa Sejahtera Di Kabupaten Karangasem Tahun 2013-2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 25.
- Dunia, F. A., Abdullah, W., & Sasongko, C. (2019). *AKUNTANSI BIAYA* (Edisi 5). Salemba Empat.

- Fauzi, I. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Nasabah Pembiayaan BMT*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Handayani, S. F. (2020). Pengaruh Harga Jual dan Biaya Promosi terhadap Pendapatan. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 1(2), 134–143.
- Handoko, A. S. (2020). Kecamatan Driyorejo Dalam Angka 2020. In *BPS Kabupaten Gresik*.
- Hanum, N. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kota Kuala Simpang. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(1), 72–86.
- Herman. (2020). Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Jam Kerja Terhadap Omzet Penjualan Pedagang Kios Di Pasar Tradisional Tarowang Kabupaten Jenepono. *Jurnal Penelitian Ekonomi*, 1(1), 1–10.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Ismanto, H., & Pebruary, S. (2021). *Aplikasi SPSS dan EVIEWS dalam Analisis Data Penelitian*. DEEPUBLISH.
- Jumirin, & Lubis, Y. (2018). Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Peningkatan Pendapatan Operasional Pada Pt Pelabuhan Indonesia I (Persero) Cabang Belawan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 18(2), 162–177.
- Kemenkopukm, S. (2022). *Keuangan UMKM Harus Dikelola Secara Profesional, Transparan, dan Akurat*. <https://smesta.kemenkopukm.go.id/keuangan-umkm-harus-dikelola-secara-profesional-transparan-dan-akurat/>
- Khoiri, N. (2015). *Metodologi Penelitian Pendidikan Ragam, Model, & Pendekatan*.
- Khozim, A. A., Bustommy, A., Darudi, H., Aminah, Uswatun, A., Hasanah, Maryati, D., Oktaviani, D., Brohim, E. A., Lusika, I., Syifaunnisa, M., Cahyati, P., & Usliyah. (2020). Perubahan Pola Kehidupan Masyarakat Asli Terhadap Pertumbuhan Industri Tekstil Di Desa Lojikobong Kecamatan Sumberjaya Kabupaten Majalengka. *Etos : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 71–88.
- Lein, A. A. R., & Setiawina, N. D. (2018). Factors affecting the Fishermen Household Income and Welfare. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 5(4), 80–90.
- Lestari, A. D. (2018). Pengaruh Modal Kerja Dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usahamikro Kecil Menengah Rebana Di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik. *Jurnal Manajerial*, 4(1), 1.
- Listiawati, Karta Negara Salam, Retno Wulansari, & Pramudi Harsono. (2021). Promotion Costs Analysis To Increased Volume Sales In The Convection Companies. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1542–1551.
- Maharani, M. I. (2021). *Pengaruh Modal kerja, Perputaran Piutang, dan Islamic Social Reporting (ISR) terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019*.

Institut Agama Islam Negeri Kudus.

- Mariani, D., & Suryani. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Sosial dan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderator (Studi empiris pada Perusahaan Pertambangan dan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011 - 2015). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 59–78.
- Melandari, D., Munandar, A., & Meiriasari, V. (2022). Factors Affecting Chicken Livestock Business Income in Lubuk Linggau City. *International Journal of Community Service & Engagement*, 3(1), 1–8.
- Mowen, M. M., Hansen, D. R., & Heitger, D. L. (2017). *Dasar-Dasar Akuntansi Manajerial*. Salemba Empat.
- Muksal, Ramly, A., Abd Majid, M. S., & Indriani, M. (2020). Effects of Capital and Type of Business on Coastal Muslim Women's Business Income in Aceh Province. *International Journal of Islamic Studies and Social Sciences*, 3, 461–477.
- Mulyadi, T. K., & Affan, N. (2022). Pengaruh biaya penelitian dan pengembangan , biaya iklan dan promosi terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(3), 651–660.
- Natha, D. K. C., & Dewi, N. P. M. (2021). The Effect Of Business Capital, Labor and Working Hours On Coffee Shop Income In Denpasar City. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(7), 173–178.
- Oktazulfiani, C. (2022). *Analisis Pengembangan Usaha Kuliner Tenda Papa di Pekanbaru*. Universitas Islam Riau Pekanbaru.
- Palupi, Y., & Wulan, E. R. (2021). Analisis CVP (Cost Volume Profit) sebagai Dasar Perencanaan Penjualan dan Laba yang Diharapkan pada PT Mayora Indah Tbk. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perbankan*, 15(2), 552–568.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama Press.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Purwanto. (2017). *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Underpricing pada Penawaran Saham Perdana Di BEI Tahun 2011-2015 (studi pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2015)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rinaldi, S. F., & Mujiyanto, B. (2017). *Metodolohi Penelitian dan Statistik*. Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan.
- Santi, N. W. A., Haris, I. A., & Sujana, I. N. (2019). Pengaruh Harga Jual Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan UD. Broiler Putra Di Dusun Batumulapan Kabupaten Klungkung Pada Tahun 2015-2017. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 116.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Samudra Biru.

- Silviana, F., Adnan, M., & Fithriady. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Sharia Economics*, 3(1), 68–82.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sudaryono. (2015). *Pengantar Bisnis Teori & Contoh Kasus*. Penerbit ANDI.
- Sujarweni, V. W. (2015). Akuntansi Manajemen. In *Pustaka baru press*. Pustaka Baru Press.
- Sumarsid, & Winarso, W. (2020). *Pengantar Bisnis*. CV. AA. RIZKY.
- Supriadi. (2019). *Kewirausahaan*. Expert.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259.
- Wangswinangun, R. Z., Darminto, & Nuzula, N. F. (2014). Penetapan Struktur Modal yang Optimal dalam Upaya Meningkatkan Nilai Perusahaan (Studi pada PT. Astra International, Tbk dan Anak Perusahaan Tahun 2008-2012). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(2), 1–8. <https://media.neliti.com/media/publications/81713-ID-penetapan-struktur-modal-yang-optimal-da.pdf>
- Warren, C. S., Reeve, J. M., Duchac, J. E., Handayani, E. T., & Jusuf, A. A. (2018). *Pengantar Akuntansi 1 - Adaptasi Indonesia* (Edisi 4). Salemba Empat.
- Yusuf, N. (2014). ANALISA BREAK EVENT POINT (BEP) TERHADAP LABA PERUSAHAAN. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 49–66.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A