

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LABA
UMKM GERABAH DI KABUPATEN KLATEN**

Linda Astuti¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Eko Triyanto²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Jl. Slamet Riyadi No. 435-437, Dusun I Makamhaji, Kec. Kartasura, Kab Sukoharjo,
Jawa Tengah

Lindaasti433@gmail.com

Triyantoeko376@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of Capital, Quality Costs, Selling Prices, and Digital Marketing on the Profit of Pottery MSMEs in Klaten Regency. This type of research uses quantitative research. The population of pottery MSMEs in Klaten Regency is 400 MSMEs with a total research sample of 80 respondents confirmed using the Slovin formula. The results showed that partially the Capital variable had a significant effect on the profit of pottery MSMEs in Klaten Regency. The Selling Price has a significant effect on the Profit of pottery MSMEs in Klaten Regency while the Quality Cost does not have a significant effect on the Profit of Pottery MSMEs in Klaten Regency and Digital Marketing does not have a significant effect on the Profit of Pottery MSMEs in Klaten Regency.*

Keywords: : *Capital, Quality Cost, Selling Price, Digital Marketing, MSME Profit.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Modal, Biaya Kualitas, Harga Jual, dan Digital Marketing terhadap Laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. populasi UMKM gerabah yang berada di Kabupaten Klaten sebanyak 400 UMKM dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 80 responden yang dikonfirmasi menggunakan rumus Slovin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Modal berpengaruh signifikan terhadap Laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten. Harga Jual berpengaruh signifikan terhadap Laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten sementara Biaya Kualitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten dan Digital Marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten.

Kata kunci: Modal, Biaya Kualitas, Harga Jual, Digital Marketing, Laba UMKM

LATAR BELAKANG

UMKM menjadi salah satu penopang perekonomian negara, keberadaan UMKM juga tersebar luas di wilayah Indonesia. Sebagian besar UMKM tumbuh dari industri rumah tangga, menjadikan konsumen berasal dari kalangan menengah kebawah, dari masa ke masa UMKM juga mengalami pertumbuhan. Keberadaan UMKM diharapkan membawa peranan baik terhadap usaha mengatasi persoalan ekonomi dan sosial. Agar tetap populer maka UMKM perlu mendapatkan perhatian terkait perkembangan dan kemajuan. Berdasarkan data KEMENKOPUKM, pada Maret 2021 total UMKM sendiri mencapai 64,2 Juta dan menyumbang 61,07 persen terhadap produk domestik bruto atau senilai 8.573,8 Triliun. UMKM mampu menampung 97 persen dari total tenaga kerja dan menarik hingga 60,42 persen dari total modal investasi di Indonesia namun, banyaknya jumlah UMKM di Indonesia tidak lepas dari tantangan (Kemenkeu, 5 April 2021).

Laba berguna untuk mengukur keberhasilan atau kegagalan bisnis suatu UMKM. Tidak dapat dipungkiri jika laba memiliki pengaruh yang besar terhadap jalannya kegiatan UMKM. Selain mengukur keberhasilan, laba juga melayani berbagai tujuan yang meliputi pembiayaan kegiatan usaha, investasi dan untuk pengembangan usaha dimasa depan sehingga terjadi kenaikan pendapatan yang bisa meningkatkan laba UMKM.

Tabel 1. Perkembangan UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah Per Triwulan I

Deskripsi	Satuan	Tahun				
		2017	2018	2019	2020	2021
Jumlah UMKM	Unit	133.679	143.738	161.458	167.391	173.431
Penyerapan Tenaga Kerja	Orang	918.455	1.043.320	1.312.400	1.298.007	1.311.015
Omzet	Rp. Milyar	49,247	55,691	67,550	67,087	68,242

Sumber Data : Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah tahun 2021.

Berdasarkan tabel 1. Diatas mengalami kenaikan selama lima tahun. Pada periode tahun 2020 - 2021 perkembangan jumlah UMKM meningkat sebanyak 6.040 unit, dan penyerapan tenaga kerja bertambah sejumlah 13.008 orang. Walaupun di tahun 2019 - 2020 sempat mengalami penurunan omzet saat awal pandemi covid 19, namun di tahun 2021 omzet kembali meningkat sebanyak 4.155 Milyar. Hal tersebut menunjukan bahwa kenaikan omzet berpengaruh terhadap pendapatan yang menjadi unsur bagian pembentuk laba.

Adapun pernyataanya adalah apakah modal, biaya kualitas, harga jual dan digital marketing berpengaruh terhadap laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten?. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh dari modal, biaya kualitas, harga jual dan digital marketing terhadap laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten.

KAJIAN TEORITIS

Economic Value Added (EVA)

konsep untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan, membantu mengukur laba aktual yang dihasilkan perusahaan. Definisi Bennet Stewart tentang (*EVA*) adalah ukuran kinerja keuangan yang paling menggambarkan manfaat ekonomi perusahaan yang sebenarnya relatif terhadap patokan lainnya.

Modal

Menurut Drs. Moekijat (2000:63) modal dianggap sebagai uang tunai, kredit, hak untuk menciptakan, menjual mesin dan bangunan. Namun, istilah tersebut biasanya mengacu pada kepentingan umum yang mencakup jumlah yang diinvestasikan, surplus, dan laba ditahan.

Biaya Kualitas

Berisi biaya pencegahan, identifikasi, perbaikan, dan penyelesaian produk di bawah standar dan biaya peluang yang terkait (Blocher, 2000). Biaya kualitas adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk meningkatkan mutu suatu produk serta biaya yang terjadi karena mengalami kegagalan atau kecacatan terhadap produk yang akan dan telah diproduksi.

Harga Jual

Penentuan harga jual menjadi acuan dalam menghitung pendapatan yang dihasilkan perusahaan karena dapat mempengaruhi jalannya perusahaan. Sebab itu, perusahaan menentukan harga jual yang wajar atas barang atau jasa. Harga jual adalah harga yang diberikan untuk konsumen kemudian dihitung dari biaya produksi ditambah biaya non produksi ditambah keuntungan yang diinginkan (Mulyadi, 2005).

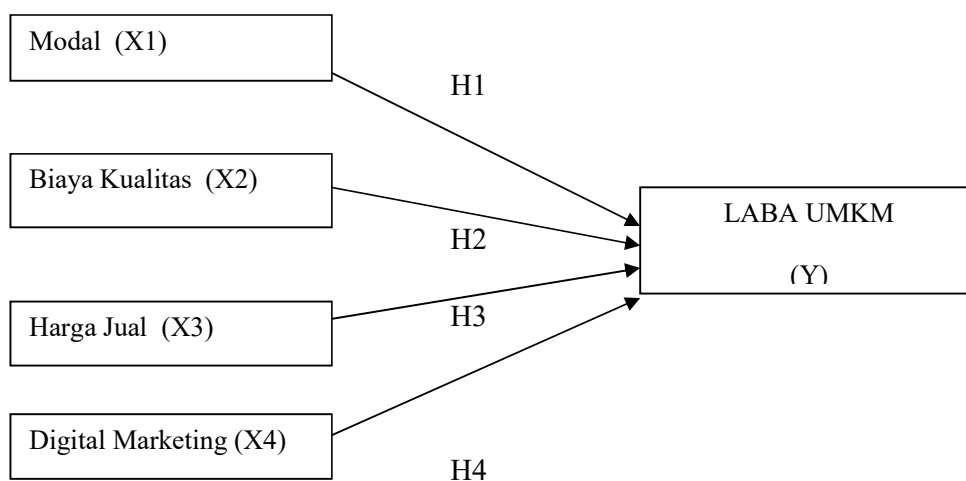
Digital Marketing

Media marketing diminati kalangan umum dalam mensupport berbagai kegiatan, mulai beralih dari model market tradisional kemudian beralih ke market modern (Pradiani, 2018).

Di era informasi sekarang ini, digital marketing telah menjadi alat komunikasi yang tak tergantikan. Dalam berbisnis perlu melindungi reputasi merek mereka secara online, bisnis juga harus membangun interaksi yang permanen dengan pelanggannya jika ingin menemukan tempatnya.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran.

HIPOTESIS

Berdasarkan gambar 1. diatas, dapat dirumuskan hipotesis adalah sebagai berikut :

H1 : Modal berpengaruh terhadap laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten.

H2 : Kualitas produk berpengaruh terhadap laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten

H3 : Harga Jual berpengaruh terhadap laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten.

H4 : Digital Marketing berpengaruh terhadap laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018:14) metode kuantitatif adalah metode yang berdasarkan pada filosofi positivisme. Teknik sampling digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel dengan random. Alat penelitian objektif yang digunakan bersifat kuantitatif dan digunakan untuk menguji hipotesis. Dengan melakukan penyebaran kuesioner kemudian di olah menggunakan teknik analisis data yang menghasilkan statistik dari program SPSS.

Untuk pengumpulan data pada penelitian melalui kuesioner yang disebar kepada pelaku UMKM gerabah yang berada di Kabupaten Klaten. Penilaian kuesioner dengan menggunakan skala Linkert dengan menyediakan item pertanyaan dengan skor sebagai berikut:

Sangat tidak setuju (STS) = 1

Tidak setuju (TS) = 2

Netral (N) = 3

Setuju (S) = 4

Sangat setuju (SS) = 5

Populasi dan Sampel

Menurut data Dinas Koperasi UKM dan Perdagangan Kabupaten Klaten, (2022) Populasi UMKM gerabah yang berada di Kabupaten Klaten sebanyak 400 UMKM. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yang dapat dikatakan secara sengaja mengambil sampel tertentu.

Sampel yang diambil dari populasi harus mewakili dari populasi yang diteliti (Sugiyono, 2018:81). Penelitian ini menggunakan rumus Slovin yakni sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang digunakan

N = Jumlah populasi

e = presisi (dengan ketelitian 10% atau 0,1)

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

$$= \frac{400}{1 + 400 (0,1)^2}$$

$$= \frac{400}{1 + 4,00}$$

$$= \frac{400}{5}$$

$$= 80$$

Diketahui sampel yang diperlukan sebanyak 80 responden atau UMKM. Menggunakan metode pengumpulan data dengan metode survei dengan penyebaran kuesioner langsung kepada pemilik UMKM gerabah di Kabupaten Klaten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrument Data

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Modal (X1. 1)	0,761	0,2199	Valid
Modal (X2. 2)	0,561	0,2199	Valid
Modal (X3. 3)	0,659	0,2199	Valid
Modal (X4. 4)	0,715	0,2199	Valid
Biaya Kualitas (X2. 1)	0,600	0,2199	Valid
Biaya Kualitas (X2. 2)	0,737	0,2199	Valid
Biaya Kualitas (X2. 3)	0,738	0,2199	Valid
Biaya Kualitas (X2. 4)	0,794	0,2199	Valid
Biaya Kualitas (X2. 5)	0,687	0,2199	Valid
Harga Jual (X3. 1)	0,658	0,2199	Valid
Harga Jual (X3. 2)	0,664	0,2199	Valid

Harga Jual (X3. 3)	0,645	0,2199	Valid
Harga Jual (X3. 4)	0,674	0,2199	Valid
Harga Jual (X3. 5)	0,633	0,2199	Valid
Digital Marketing (X4. 1)	0,841	0,2199	Valid
Digital Marketing (X4. 2)	0,822	0,2199	Valid
Digital Marketing (X4. 3)	0,883	0,2199	Valid
Digital Marketing (X4. 4)	0,886	0,2199	Valid
Digital Marketing (X4. 5)	0,882	0,2199	Valid
Laba (Y1. 1)	0,803	0,2199	Valid
Laba (Y1. 2)	0,745	0,2199	Valid
Laba (Y1. 3)	0,804	0,2199	Valid
Laba (Y1. 4)	0,678	0,2199	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2022

Perbandingan ketentuan $df = (n-2)$ yakni $80 - 2 = 78$ jadi nilai rtabel yaitu 0,2199. Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pertanyaan dinyatakan valid sehingga layak menjadi alat ukur pertanyaan pada kuesioner.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah	Keterangan
Modal	0,604	4	Reliabel
Biaya Kualitas	0,746	5	Reliabel
Harga Jual	0,655	5	Reliabel
Digital Marketing	0,914	5	Reliabel
Laba	0,753	4	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2022

Dari uji reliabilitas diatas, disimpulkan bahwa instrument dikatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* > 0,6.

Pembahasan

Pengaruh Modal (X1) Terhadap Laba UMKM (Y)

Uji t menghasilkan nilai $t_{hitung} 2,199 > \text{nilai } t_{tabel} 2,067$ dan tingkat signifikan yang didapat sebanyak 0,042 yang berarti $< 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Modal (X1) berpengaruh signifikan terhadap laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten. Hal ini dikarenakan adanya modal bisa meningkatkan laba usaha, semakin besar modal akan semakin besar laba yang akan didapatkan, dibutuhkan pula pengelolaan modal yang baik untuk menghindari kebangkrutan suatu usaha. Penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya (Fachrurrozzi, 2021) yang menyatakan bahwa modal berpengaruh signifikan terhadap laba usaha.

Pengaruh Biaya Kualitas (X2) Terhadap Laba UMKM (Y)

Uji t menghasilkan nilai $t_{hitung} 2,199 > \text{nilai } t_{tabel} 0,331$ dan tingkat signifikan yang didapat sebanyak 0,741 yang berarti $> 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Biaya kualitas (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten. Hal ini dikarenakan perubahan biaya kualitas berbanding terbalik dengan laba usaha. Berbeda dengan penelitian terdahulu (Septian, 2018) menyatakan bahwa biaya kualitas berpengaruh signifikan terhadap laba UMKM.

Pengaruh Harga Jual (X3) Terhadap Laba UMKM (Y)

Uji t menghasilkan nilai $t_{hitung} 2,199 > \text{nilai } t_{tabel} 2,155$ dan tingkat signifikan yang didapat sebanyak 0,035 yang berarti $< \text{dari } 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga Jual (X3) berpengaruh signifikan terhadap Laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten. Hal ini dikarenakan harga jual berperan dalam pengambilan keputusan suatu proses pembelian yang kemudian mempengaruhi laba suatu usaha. Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya (Sari, 2021) menyatakan bahwa harga jual berpengaruh signifikan terhadap laba UMKM.

Pengaruh Digital Marketing (X4) Terhadap Laba UMKM (Y)

Uji t menghasilkan nilai t_{hitung} 2,199 > nilai t_{tabel} 1,646 dan tingkat signifikan yang didapat sebanyak 0,104 yang berarti > 0,05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Digital Marketing (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan tentang pemasaran karena minimnya informasi yang bisa dijangkau oleh UMKM mengenai pasar. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Widyartati, 2017) dan (Nando, 2021) menyatakan bahwa digital marketing berpengaruh signifikan terhadap laba UMKM.

Teknik Analisis Data

Dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah dibuat yakni uji instrument data (reliabilitas dan validitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolonieritas, Heterokedstisitas) dan uji hipotesis meliputi analisis linier berganda, Uji t, Uji F dan Uji Koefisien Determinasi. Tujuannya memperoleh jawaban atas hipotesis variabel yang telah diajukan.

Uji Instrument Data

Uji validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengukur valid atau tidaknya suatu survei. Validitas menunjukkan sejauh mana presisi dan akurasi (Ghozali, 2018).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indikator dari suatu variabel untuk menguji kuesioner (Ghozali, 2018).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Bertujuan mengetahui variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018).

Uji Multikolonieritas

Bertujuan mengetahui adanya hubungan antar variabel bebas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan menguji terjadi ketidaksamaan variance dari residual atau penelitian ke penelitian lain (Ghozali, 2018).

Uji Hipotesis

Uji t

Bertujuan menunjukkan pengaruh satu independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

Uji F

Menunjukkan apakah semua variabel mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Uji Koefisien Determinasi

Sebagai pengukur dalam menerangkan variasi variabel dependen. (Ghozali, 2018).

Analisis regresi berganda

Setelah diketahui terdapat hubungan terhadap antara variabel bebas terhadap variabel terikat tersebut dapat dilakukan Analisis Regresi Berganda sebagai berikut :

$$Y = a_1 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \epsilon$$

Y : Laba

a1 : Konstanta

β : Koefisien Regresi

X1 : Modal

X2 : Biaya Kualitas

X3 : Harga Jual

X4 : Digital Marketing

ϵ : Error

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengujian yang telah dilakukan memberikan kesimpulan Modal berpengaruh signifikan terhadap Laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten, Harga Jual berpengaruh signifikan terhadap Laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten sedangkan Biaya Kualitas tidak berpengaruh terhadap Laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten dan Digital Marketing tidak berpengaruh terhadap Laba UMKM gerabah di Kabupaten Klaten. Penulis memiliki kekurangan dalam penyusunan penelitian ini, maka diharapkan penelitian mendatang menambah responden dan variabel lainnya. Saran bagi para perajin gerabah di Kabupaten Klaten agar terus membuat inovasi-inovasi baru dalam membuat kerajinan gerabah sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen yang akan berdampak pada kenaikan pendapatan dan kesejahteraan para perajin gerabah di Kabupaten Klaten.

DAFTAR PUSTAKA

- Abul Aswad, Erniwati Madya, A. D. (2022). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih. *Jurnal Ilmiah Bongaya (JIB)*, 6(1), 1–38.
- Atmadja, S. S. dan M. J. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Laba Pada UMKM Pembuatan Jenang Dodol Kelapa Muda Di Dusun Denanyar, Jombang, Jawa Timur. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 2507(1), 1–9.
- Gultom, R., & Felicia. (2018). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode (2013 – 2015). *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix*, 1(1), 1–12.
- Hidayat, A. T., & Wulandari, C. (2019). Pengaruh Modal Kerja Dan Volume Penjualan Terhadap Profitabilitas. *JAD: Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 2(2), 53–60.
- Ina, P. T. (2018). Pengaruh Modal Dan Kemitraan Terhadap Laba Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Di UMKM Kelurahan Tlogomas, Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Agregat*.
- Lestari, E., & Raja, W. R. (2020). Analisis Modal Kerja Pada Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Laba Usaha. *Optima*, 3(2), 24.
- Maesaroh, A. A. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Laba Pada UMKM Pembuatan Dandang Barokah Jaya Di Dusun Kesambi Porong sidoarjo. *Program Studi Akuntansi - STIE Mahardika Surabaya*, 1–15.
- Meylani, C. W., & Ismunawan. (2022). Pengaruh Persepsi Owner Pemahaman Pengetahuan Dan Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM Di Beteng Trade Center (BTC) Solo. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi (JRMA)*. 1-22
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.
- Prasetyo, Dhany., & Ismunawan. (2022). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan

Pendapatan UMKM Pusat Grosir Solo Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*.

Radella, L., Saebani, A., & Maulana, A. (2021). Pengaruh biaya promosi, biaya kualitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap perubahan laba bersih. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 59–70.

Rahman, Ramandika. A. (2021). Pengaruh Biaya Kualitas Dan Biaya Pemeliharaan Terhadap Laba Operasional Perusahaan (Studi Kasus Pada CV. Gamis Mandiri Periode 2014-2019). <http://repositori.unsil.ac.id/id/eprint/3292>

Setiawan, R., Ornando, R., & Sanjaya, V. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus Kecamatan Ubelulu Kabupaten Tanggamus). *Jurnal Ekonomak*, 7(3), 43–48.

Setyowati, L. (2022). Pengaruh Pemasaran Online Dan Minat Pelanggan Terhadap Peningkatan Laba Kharisma Studio. *MINISTAL: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(1), 19–28.

Wahyunti, S. (2020). Peran Strategis UMKM Dalam Menopang Perekonomian Indonesia Di Tengah Pandemi Covid 19. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 3(2).

Williem, J., Hendarti, Y., & Nurita Elfani Prasetyaningrum. (2022). Pengaruh Modal Kerja , Omzet Penjualan Dan Jam Kerja Operasional Terhadap Laba (Studi Kasus Pada UMKM Usaha Rumah Makan Mitra Go food di Kabupaten Sukaharjo). *Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 20(1), 38–46.

Artikel daring:

Badan Pusat Statistic Kabupaten Klaten. (2022). Kelompok Sentra Industri Dan Jumlah Unit Usaha Menurut Bidang Usaha Di Kabupaten Klaten. [Badan Pusat Statistik Kabupaten Klaten \(bps.go.id\)](https://bps.go.id). Diakses tanggal 30 Desember 2022.

Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Jawa Tengah. (2022). Data UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah Triwulan I. <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/statistik/detail-sub/11>. Diakses tanggal 9 Oktober 2022.

Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022). <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>. Diakses tanggal 2 Oktober 2022.

Skripsi :

- Fachrurrozzi, M. R. (2021). Skripsi. Pengaruh Modal Usaha Dan Penjualan Terhadap Laba Usaha Toko Grosir Kecamatan Jati Kabupaten Kudus. *Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan- Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Kundju, M. G. (2017). Skripsi. Pengaruh Modal Usaha Dan Harga Jual Terhadap Laba Usaha Pada Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Gorontalo Tahun 2017. *Universitas Negeri Gorontalo*.
- Mailangkay, D. (2021). Skripsi. Pengaruh Harga Jual Biaya Endorsement Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Usaha (Studi Kasus UMKM Kecamatan Kota Selatan). *Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo*.
- Sari, J. (2021). Skripsi. Pengaruh Biaya Iklan Dan Harga Jual Terhadap Laba Pada Perusahaan Mustika Ratu Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Universitas Medan Area*.
- Septian, Nugraha. (2021). Skripsi. Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Harga Pokok Produksi Dan Dampaknya Pada Laba Operasional Perusahaan (Studi Kasus pada PT. Herlina Putra Pada Tahun 2011 - 2018). *Program Studi Akuntansi-Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi*.