



Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keuntungan UMKM *Handicraft* Berbahan Kayu di Kabupaten Jepara

Ines Fitriana Aminah¹, Minar Ferichani², Erlyna Wida Riptanti^{3*}

¹²Agribisnis, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia

³Pusat Studi Pendampingan Koperasi dan UMKM, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia

*Email: erlynawida@staff.uns.ac.id

Doi: <https://doi.org/10.37339/e-bis.v9i2.2376>

Diterbitkan oleh Politeknik Piksi Ganesha Indonesia

Info Artikel

Diterima :
2025-03-23
Diperbaiki :
2025-05-19
Disetujui :
2025-06-01

Kata kunci:

Faktor-Faktor Memengaruhi;
Handicraft Berbahan Kayu;
Keuntungan; Regresi Linear
Berganda; UMKM

Keywords:

*Influencing Factors; Wooden
Handicrafts; Profit, Multiple
Linear Regression; Msmes*

ABSTRAK

UMKM di Indonesia terus meningkat dan menjadi penunjang perekonomian, termasuk di Kabupaten Jepara. UMKM *handicraft* berbahan kayu mulai berkembang di tengah lesunya industri mebel akibat persaingan ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keuntungan UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara. Menggunakan metode deskriptif pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling* terhadap 30 responden. Observasi, wawancara, dan dokumentasi menjadi teknik pengumpulan data. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan harga jual, volume penjualan, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, lama usaha, dan pemasaran *online* secara simultan berpengaruh terhadap keuntungan. Secara idividu, masing-masing variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan. Pelaku UMKM disarankan menerapkan strategi *value-based pricing*, mengoptimalkan pemasaran *offline* dan *online* guna meningkatkan volume penjualan, memanfaatkan limbah kayu, meningkatkan produktivitas tenaga kerja melalui pelatihan, serta mengefektifkan promosi guna menarik lebih banyak konsumen.

ABSTRACT

MSMEs in Indonesia continue to grow and support the economy, including in Jepara Regency. MSMEs making wooden handicrafts have begun to develop amidst the sluggish furniture industry due to tight competition. This study aims to analyze the factors that influence the profits of MSMEs making wooden handicrafts in Jepara Regency. Using a descriptive quantitative approach method with purposive and snowball sampling techniques for 30 respondents. Observation, interviews, and documentation are data collection techniques. Data analysis uses multiple linear regression with classical assumption tests and hypothesis tests. The results show that selling price, sales volume, raw material costs, labor costs, length of business, and online marketing simultaneously affect profits. Individually, each independent variable has a positive and significant effect on profits. MSME actors are advised to implement a value-based pricing, optimize offline and online marketing, utilize wood waste, increase workforce productivity through training, and make promotions more effective to attract consumers.

Alamat Korespondensi : Jl. Letnan Jenderal Suprpto No.73 Kebumen, Jawa Tengah, Indonesia 54311

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berkontribusi 61% terhadap PDRB 2023 dan berperan pada pertumbuhan ekonomi serta peningkatan lapangan kerja. Menurut Wibawa et al., (2021), selain mengurangi pengangguran dan kemiskinan, UMKM membantu pemerataan pendapatan. Pemerintah berperan sebagai pembina guna mendukung pengembangan dan peningkatan kualitas produk UMKM agar tetap bersaing di pasar internasional.

Jumlah UMKM di Indonesia terus meningkat, termasuk di sektor agribisnis yang mencakup pertanian, peternakan, perikanan, dan kehutanan. Setiap subsektor berkontribusi pada perekonomian dengan menghasilkan produk bernilai jual tinggi. Salah satu subsektor yang berkembang pesat adalah kehutanan, khususnya industri kayu yang semakin eksis di pasar internasional (Rozani & Huda, 2022). Kabupaten Jepara menjadi salah satu pusat utama industri olahan kayu di Indonesia. Hal ini selaras penelitian Kustanti (2022), Kabupaten Jepara didominasi oleh industri ekonomi kreatif sebagai unit usaha manufaktur yang mampu mengombinasikan ide dan inovasi terhadap suatu produknya mulai dari industri furniture kayu, genteng, makanan, konveksi, kerajinan kayu, monel, bordir, dan gerabah.

Kabupaten Jepara memiliki daya saing tinggi dalam industri pengolahan kayu hingga menjadi sektor utama perekonomian daerah. Menurut Azzat & Mujiraharjo (2020), sebagian besar perekonomian di Jepara ditopang oleh industri kayu seperti mebel dan olahan kayu lainnya. Industri mebel terus berkembang, namun ketatnya persaingan menyebabkan penurunan omzet bagi para pengusaha kecil. Penurunan tersebut menarik pelaku usaha untuk beralih memproduksi *handicraft* berbahan kayu yang semakin diminati.

Menurut data dari OSS (*Online Single Submission*), UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara dikategorikan sebagai industri peralatan kayu. Produk yang dihasilkan beragam, meliputi peralatan makan, peralatan memasak, hiasan rumah, dan aksesoris. Beberapa pelaku UMKM fokus pada satu jenis produk, sementara lainnya menawarkan variasi dengan kualitas yang berbeda. Kualitas dan keunikan adalah faktor penting dalam menghasilkan produk *handicraft* (Putra & Slamet, 2022). Masing-masing UMKM menonjolkan keunggulannya, seperti pemberian pelapis khusus dan ukiran menggunakan mesin grafitir atau laser.

UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara berpotensi memperoleh keuntungan tinggi, namun menghadapi beberapa kendala terutama pada harga jual produk yang relatif tinggi dibandingkan daerah lain hingga akhirnya berdampak pada volume penjualan. Sama halnya dengan penelitian Astuti & Triyanto (2023), harga jual berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian konsumen sehingga berpengaruh pada laba usaha. Penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda dimana harga jual tidak berpengaruh pada keuntungan (Miten et al., 2024). Volume penjualan turut memengaruhi keuntungan dimana semakin banyak volume penjualan maka keuntungan semakin meningkat (Hidayat et al., 2023). Pernyataan berlawanan dikemukakan oleh penelitian Nur et al. (2020), volume penjualan tidak memengaruhi keuntungan. Kondisi lapang juga menunjukkan banyaknya pengrajin yang belum mengoptimalkan pemanfaatan limbah kayu sehingga efisiensi bahan baku belum maksimal (Fajrie et al., 2022). Faktanya limbah mampu memengaruhi peningkatan keuntungan apabila dimanfaatkan menjadi berbagai kerajinan tangan seperti permainan

edukatif, *handicraft*, dan berbagai produk mebel (Arifin et al., 2025). Jumlah tenaga kerja yang sedikit dan rendahnya regenerasi pengrajin turut menjadi hambatan. Tenaga kerja berpengaruh pada produktivitas, semakin banyak dan tinggi upah yang diberikan maka efisiensi produktivitas semakin tercapai sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan berimplikasi pada keuntungan yang diperoleh UMKM (Wulandari, 2021). Namun demikian, pada penelitian Nginang (2021), banyaknya tenaga kerja tidak memengaruhi tingkat keuntungan pengusaha. Sebagian besar pengrajin telah lama menjalankan usaha, tetapi banyak yang belum berkembang akibat kurangnya strategi pemasaran yang variatif serta minimnya promosi.

Lama seseorang menjalankan usahanya memunculkan pengalaman yang dapat berpengaruh pada strategi penjualan sehingga pendapatan meningkatkan dan keuntungan pun bertambah (Salim & Rahmadhani, 2024). Penelitian lain menyebutkan bahwa lama usaha tidak memengaruhi tingkat keuntungan atau tidak memiliki dampak yang cukup besar terhadap keuntungan (Fajariyah et al., 2022). Era digital saat ini, masih terdapat pengrajin yang belum memanfaatkan pemasaran *online* secara optimal, sehingga potensi keuntungan belum sepenuhnya terealisasi. Pemasaran *online* terbukti berpengaruh terhadap peningkatan keuntungan karena dapat mengefisienkan biaya pemasaran, meningkatkan retensi pelanggan, serta menjangkau pasar yang lebih luas (Tarigan et al., 2025). Penelitian lain menjelaskan bahwa penerapan pemasaran *online* yang tidak optimal karena minimnya pengetahuan dan keterampilan tidak akan memengaruhi keuntungan usaha karena tidak berpengaruh pada kinerja pemasaran (Ningsih et al., 2024). Permasalahan tersebut menjadi dasar penelitian ini.

Penelitian ini secara khusus meneliti UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara, dimana spesifikasi pada subsektor ini menjadi nilai kebaruan dan fokus lebih tajam pada konteks lokal. Penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi temuan sebelumnya yang mendukung, tetapi juga mengintegrasikan perspektif kontra pada penelitian sebelumnya. Penelitian ini juga berfokus pada faktor internal UMKM sehingga hasil penelitian diharapkan menghasilkan rekomendasi bagi UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara terkait faktor penting yang memengaruhi keuntungan sehingga dapat dioptimalkan. Penelitian lanjutan diperlukan karena masih terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya terkait pengaruh harga jual, volume penjualan, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, lama usaha, dan pemasaran *online* terhadap keuntungan. Selain itu, karakteristik unik UMKM *handicraft* berbahan kayu menyebabkan temuan dari penelitian umum belum tentu sepenuhnya relevan. Studi ini penting untuk memperkuat pemahaman dan merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara.

KAJIAN PUSTAKA

Keuntungan

Keuntungan adalah penerimaan yang diperoleh pelaku usaha dari penjualan produk atau jasa untuk mengembangkan bisnisnya. Pelaku usaha harus memperhitungkan biaya produksi secara keseluruhan untuk dapat sebelum menentukan besaran keuntungan yang diinginkan. Faktor lain seperti tingkat kesulitan, lama produksi, dan harga jual di pasar juga mempengaruhi besarnya keuntungan (Wala et al., 2023). Keuntungan suatu usaha menjadi tolak ukur efisiensi, efektivitas, serta kesuksesan pelaku usaha dalam mencapai tujuan bisnis (Panelewen et al.,

2020). Hal ini mencerminkan bahwa keuntungan menunjukkan kualitas manajemen dan operasi usaha.

Harga Jual

Harga jual merupakan biaya produksi ditambah dengan persentase laba yang ditetapkan perusahaan. Penentuan harga yang tepat penting untuk menarik konsumen dan mencapai keuntungan. Harga jual harus dihitung secara akurat agar kompetitif di pasar, karena perubahan harga dapat memengaruhi volume penjualan. Harga yang terlalu tinggi atau rendah berisiko kehilangan pelanggan (Dian et al., 2019). Faktor penting dalam menentukan harga yaitu mak up yang didasarkan pada skala usaha, jenis produk, persaingan, dan daya beli pelanggan (Firmansyah et al., 2023). Harga tidak boleh terlalu tinggi agar tetap kompetitif dan tidak terlalu rendah agar tidak rugi.

Volume Penjualan

Volume penjualan adalah jumlah total barang atau jasa yang terjual dalam periode tertentu, baik secara tunai maupun kredit. Faktor yang memengaruhi volume penjualan meliputi strategi pelayanan, iklan, kampanye produk, penataan produk di toko, riset pasar, penargetan konsumen, pameran, serta pemberian diskon (Savitri et al., 2024). Upaya efektif dalam menarik konsumen dapat meningkatkan volume penjualan.

Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah pengeluaran untuk memperoleh bahan baku dalam proses produksi, termasuk harga beli dan biaya angkut. Biaya ini memengaruhi jumlah produk yang dihasilkan. Perhitungan biaya bahan baku didasarkan pada jumlah bahan baku yang digunakan dikali dengan harga pembelian (Amelya et al., 2021).

Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja adalah pengeluaran untuk membayar pekerja dalam proses produksi. Besarnya biaya bergantung pada tingkat kesulitan pekerjaan. Proses produksi melibatkan tenaga kerja langsung yang berkontribusi pada produk, serta tenaga kerja tidak langsung yang tidak dapat diidentifikasi dengan produk tertentu (Harahap & Prima, 2019). Kualitas tenaga kerja yang baik secara langsung meningkatkan produktivitas (Rushadiyati, 2021). Hal ini karena tenaga kerja yang terampil mampu bekerja cepat dan efisien.

Lama Usaha

Lama usaha merupakan rentang waktu pelaku usaha menjalankan bisnisnya. Strategi yang tepat membantu suatu usaha bertahan lama. Pengalaman yang lebih lama mampu meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan, memperluas jaringan kerja sama, dan memperdalam pemahaman terhadap perilaku konsumen sehingga memperbanyak relasi dan pelanggan (Salim & Rahmadhani, 2024). Usaha yang berumur panjang cenderung mengalami peningkatan omzet (Arumsari & Ismunawan, 2022). Konsisten dan komitmen menjadi kunci penting agar usaha bertahan lama.

Pemasaran Online

Pemasaran *online* memanfaatkan teknologi untuk menjangkau pasar lebih luas melalui website, email, media sosial, dan saluran digital lainnya. Metode ini mencakup periklanan, komunikasi dengan pelanggan, serta penyebaran informasi produk. Pemasaran *online* atau *digital marketing* mempermudah konsumen menemukan produk yang diinginkan (Baihaqki et al., 2024). Media sosial juga memberi kemudahan untuk memantau penjualan melalui fitur analisis data untuk menilai efektivitas pemasaran (Ravi & Rajasekaran, 2023).

METODE

Analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif menjadi metode penelitian ini untuk menyajikan data tanpa menggeneralisasi serta menggunakan uji hipotesis untuk membuktikan kebenaran melalui pengujian statistik. Penentuan lokasi dilakukan secara *purposive* di Kabupaten Jepara karena mayoritas penduduk bekerja di industri pengolahan kayu (Arifin & Widiastuti, 2024). Sampel berjumlah 30 pelaku UMKM didapatkan melalui teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling* karena tidak diketahui jumlah populasi yang pasti serta pencarian melalui *google maps* dirasa kurang akurat. Penelitian menggunakan data primer yang berasal dari sumber pertama (Syahroni, 2022) dan data sekunder bersumber pada studi literatur (Fina & Yuliawati, 2019). Observasi, wawancara, serta dokumentasi menjadi teknik pengumpulan data.

Regresi linear berganda terdiri dari pengujian asumsi klasik dan hipotesis diterapkan pada metode analisis. Uji asumsi klasik mencakup uji normalitas, multikoleniaritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Normalitas penting untuk memastikan sampel representatif sehingga hasil analisis akurat (Sari et al., 2017). Gejala multikolineritas terdeteksi melalui nilai VIF dan *tolerance*, dengan kriteria bebas jika $VIF < 10$ dan *tolerance* $> 0,1$. Titik menyebar pada *scatterplot* menjadi tanda tidak terkena heteroskedastisitas. Autokorelasi diuji menggunakan nilai Durbin Watson dan *run test* yang merupakan salah satu metode non parametrik (Aditiya et al., 2023). Pengujian hipotesis meliputi koefisien determinan, uji F, dan uji t. Koefisien determinasi yakni kemampuan variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen (Purba et al., 2021). Tujuan uji F yakni menilai secara simultan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sementara uji t pengaruhnya secara parsial. Penelitian ini menggunakan model regresi berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 D_6 + e \quad (1)$$

Keterangan:

Y : Keuntungan UMKM *Handicraft* (rupiah)

α : Konstanta

X₁ : Harga jual (rupiah)

X₂ : Volume penjualan (jumlah)

X₃ : Biaya bahan baku (rupiah)

X₄ : Biaya tenaga kerja (rupiah)

X₅ : Lama usaha (tahun)

D₆ : Pemasaran *online* (Jika “Iya” bernilai 1 dan Jika “Tidak” bernilai 0)

β : Koefisien regresi

e : Pengganggu (*error*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Biaya, Penerimaan, Keuntungan

Biaya Total Produksi

Biaya total produksi mencakup seluruh pengeluaran pengrajin dalam memproduksi *handicraft* berbahan kayu, termasuk biaya eksplisit dan implisit (Naparin et al., 2022), ditunjukkan Tabel 1. Biaya bahan baku, tenaga kerja luar, dan lain-lain tergolong biaya eksplisit yang nyata dikeluarkan. Biaya tenaga kerja dalam, penyusutan alat, sewa tempat sendiri, biaya bunga modal sendiri merupakan biaya implisit yang tidak melibatkan pengeluaran kas.

Tabel 1. Rata-Rata Biaya Total Produksi UMKM *Handicraft*
Berbahan Kayu di Kabupaten Jepara

Uraian	Biaya (Rupiah)	Persentase (%)
Biaya eksplisit		
Biaya bahan baku	5.134.000,00	41,46
Biaya TKLK	6.457.333,34	52,16
Biaya Lain-lain	365.480,60	2,96
Total	11.956.813,94	96,58
Biaya implisit		
Biaya sewa tempat sendiri	181.416,66	1,46
Biaya penyusutan alat	67.928,41	0,55
Biaya TKDK	54.333,33	0,44
Biaya bunga modal sendiri	119.568,14	0,97
Total	423.246,54	3,42
Biaya Total	12.380.060,48	100

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Biaya total untuk keseluruhan produksi berjumlah Rp12.380.060,48 yang terdiri dari biaya eksplisit Rp11.956.813,94 dan biaya implisit Rp423.246,54. Biaya tenaga kerja luar keluarga menjadi pengeluaran terbesar karena peran penting kreativitas dalam produksi *handicraft* berbahan kayu yang berdampak pada besaran upah pekerja. Menurut Septiandika et al. (2022), kreativitas berpengaruh pada perkembangan UMKM. Biaya eksplisit terendah adalah biaya lain-lain yang terdiri dari biaya listrik, pengemasan, transportasi, serta pajak bumi dan bangunan.

Biaya implisit terbesar adalah biaya sewa tempat sendiri karena pengrajin membutuhkan yang ruang luas untuk produksi dan peletakan mesin. Pemilihan lokasi produksi berpengaruh pada biaya operasional, harga, dan daya saing usaha (Sadarudin et al., 2023). Biaya implisit terendah adalah biaya tenaga kerja dalam keluarga karena keterlibatan dalam produksi relatif rendah, umumnya hanya pada tahap *finishing*.

Penerimaan

Penerimaan UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara bergantung pada besar kecilnya volume penjualan, harga produk, dan jenis produk yang dijual. Fluktuasi

penerimaan setiap bulannya dipengaruhi oleh ketidakpastian jumlah pesanan (Qomariyah & Khusnia, 2021). Hasil penelitian menunjukkan setiap UMKM memiliki produk unggulan dengan desain dan kualitas yang bervariasi. Produk UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara mencakup spatula, mangkuk, sumpit, cetakan sabun, nampan, talenan, cangkir, tatakan gelas, case korek api dan tumbler dengan harga bervariasi tergantung ukuran, bahan baku, dan desain. Rata-rata penerimaan dari 30 responden mencapai Rp17.115.000 perbulan.

Keuntungan

Keuntungan dihitung dari pengurangan antara penerimaan dan total biaya produksi, termasuk biaya implisit maupun eksplisit, dilihat Tabel 2. Besarnya keuntungan dipengaruhi oleh tingkat keuntungan dan efisiensi biaya. Menurut (Ina & Hunter, 2022), keuntungan terjadi ketika biaya lebih kecil dari pendapatan.

Tabel 2. Rata-Rata Keuntungan UMKM *Handicraft* Berbahan Kayu di Kabupaten Jepara

Uraian	Jumlah (Rupiah)
Penerimaan	17.115.000,00
Biaya Eksplisit	11.956.813,94
Biaya Implisit	423.246,54
Keuntungan	4.734.939,52

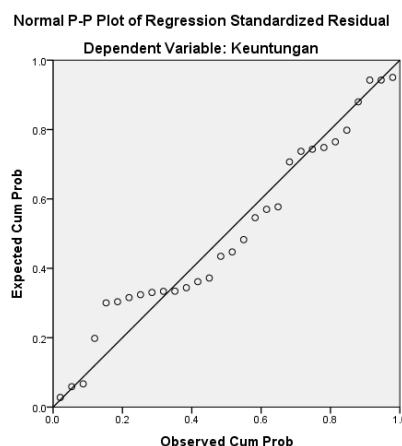
Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Rata-rata keuntungan UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara mencapai Rp4.734.939,52 per bulan, menunjukkan usaha yang menguntungkan. Keuntungan diperoleh karena penerimaan lebih besar daripada biaya produksi. Keuntungan merupakan indikator kelayakan usaha dan dapat ditingkatkan dengan pengelolaan biaya yang efisien (Najib, 2023).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Metode yang diterapkan dalam uji ini meliputi grafik *probability plot (P-Plot)* dan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Data dianggap berdistribusi normal jika residual mengikuti garis diagonal pada *P-Plot* dan nilai signifikansi $> 0,05$ pada uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji ini memastikan data berdistribusi normal dan mencegah kesalahan interpretasi (Zulkifli et al., 2025). Hasil uji normalitas yang ditampilkan Grafik 1 dan Tabel 3.



Gambar 1. Grafik Uji Normalitas dengan P-Plot

Grafik *P-Plot* memperlihatkan kumpulan titik sampel tersebar mengikuti garis diagonal, mengindikasikan terdistribusinya data terjadi secara normal. Pemenuhan asumsi normalitas pada model regresi ditandai sebaran error di sekitar garis lurus (Marina et al., 2021). Memastikan pengujian valid, digunakan juga metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

Tabel 3. Hasil *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,107

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Hasil menunjukkan nilai *Asymp Sig 2-tailed* sebesar 0,107 lebih tinggi dari batas signifikansi 0,05. Nilai tersebut menunjukkan data memenuhi asumsi normalitas atau berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan mendeteksi hubungan tinggi antar variabel independen (Pendi, 2021). Data dianggap bebas multikolinearitas dengan indikator nilai *tolerance* lebih dari 0,1 serta VIF kurang dari 10, sehingga estimasi akurat. Berdasarkan pengolahan data didapatkan hasil pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

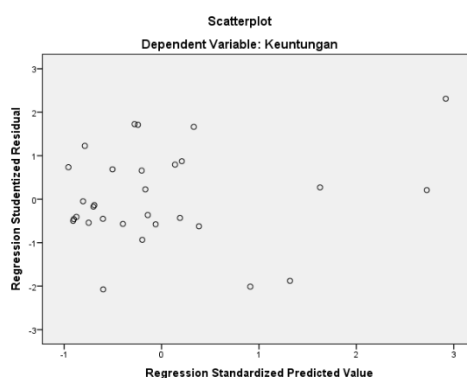
Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
Harga Jual	0,606	1,650
Volume Penjualan	0,609	1,641
Biaya Bahan Baku	0,292	3,420
Biaya Tenaga Kerja	0,293	3,416
Lama Usaha	0,657	1,522
Pemasaran <i>Online</i>	0,559	1,790

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Hasil pengujian memperlihatkan semua variabel independen menghasilkan nilai *tolerance* dan VIF memenuhi kriteria, sehingga terbebas multikoleniaritas (Pane et al., 2021).

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian dilakukan melalui analisis pola pada *scatterplot* Gambar 2. Data bebas dari heteroskedastisitas jika kumpulan titik tersebar acak dan tidak terbentuk pola tertentu, menunjukkan varian residual stabil antar pengamatan (Nugraha, 2022).



Gambar 2. Grafik Uji Heteroskedastisitas dengan *Scatterplot*

Hasil analisis menunjukkan titik pada *scatterplot* tersebar secara acak tanpa pola. Penyebaran menandakan data bebas dari heteroskedastisitas. Hal ini sesuai dengan penelitian (Chamidah et al., 2023), penyebaran titik sekitar 0 pada sumbu horizontal menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Pengujian dilakukan guna mendeteksi hubungan kesalahan pengganggu pada satu periode dan periode sebelumnya dalam regresi linear (Pakpahan, 2021). Model regresi yang ideal tidak seharusnya mengalami autokorelasi. Penelitian ini mengidentifikasi autokorelasi melalui nilai Durbin-Watson.

Tabel 5. Hasil Pengujian Autokorelasi

DW	dL	dU	4-dU	Keterangan
1,570	0,9982	1,9313	2,0687	Tidak Dapat Disimpulkan

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Hasil analisis pada Tabel 5, menunjukkan angka Durbin-Watson sebesar 1,570 yang terletak di tengah nilai dL (0,9982) dan dU (1,9313) sehingga penggunaan metode ini tidak dapat menyimpulkan adanya autokorelasi. Langkah yang diambil yaitu melakukan pengujian lanjutan menggunakan metode *run test*, dilihat Tabel 6. Hal ini sesuai dengan penelitian (Wulansari et al., 2020), apabila nilai Sig > 0,05 maka regresi tidak mengalami autokorelasi.

Tabel 6. Hasil Pengujian *Run Test*

N	Asymp Sig (2-tailed)	Kriteria	Keterangan
30	0,853	>0,05	Tidak Terjadi Autokorelasi

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Hasil uji memperlihatkan nilai sebesar 0,853 melebihi 0,05. Dapat disimpulkan data residual bersifat acak dan bebas dari autokorelasi. Data yang telah melewati uji asumsi klasik dan dinyatakan lolos dapat dianalisis lebih lanjut.

Uji Hipotesis**Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

Pengujian mengukur besaran variabel dependen menjelaskan variabel independen dalam model regresi (Permatasari & Huda, 2022). Pengujian ini menentukan besarnya keuntungan UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara dipengaruhi oleh variasi variabel harga jual, volume penjualan, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, lama usaha, dan pemasaran *online*. Nilai pengujian ini berkisar antara 0 sampai 1, jika mendekati 1 maka model dikatakan baik.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
---	----------	-------------------	----------------------------

0,993	0,986	0,982	437114,4972
-------	-------	-------	-------------

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Pengujian memperlihatkan nilai sebesar 0,982, berarti 98,2% keuntungan UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara dipengaruhi oleh variasi variabel harga jual, volume penjualan, biaya bahan baku dan tenaga kerja, lama usaha, dan pemasaran *online*. Sisanya 1,8% dipengaruhi faktor luar model regresi, seperti pembiayaan dan skala usaha (Perdana et al., 2023). Nilai mendekati 1 ini, menunjukkan hubungan yang kuat antar variabel independen dan dependen serta validasi model regresi (Irianto, 2010).

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian dilaksanakan guna menganalisis pengaruh keseluruhan variabel independen (harga jual, volume penjualan, biaya bahan baku dan tenaga kerja, lama usaha, serta pemasaran *online*) terhadap keuntungan, dilihat Tabel 8. Hipotesis diterima jika nilai signifikansi $F > 0,05$, artinya variabel independen secara serentak atau bersamaan memengaruhi variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji F

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3,062E+14	6	5,103E+13	267,059	0,000
Residual	4,395E+12	23	1,911E+11		
Total	3,106E+14	29			

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Hasil analisis memperlihatkan signifikansi $0,000 > 0,05$. Mengindikasikan variabel independen secara serentak atau bersamaan memengaruhi variabel dependen, sehingga hipotesis diterima (Rosmayanti, 2023).

Uji Parsial (Uji t)

Tujuan uji t yaitu menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Penilaian didasarkan nilai signifikansi $< 0,05$, disimpulkan hipotesis diterima. Hal ini mengonfirmasi bahwa variabel independen memengaruhi variabel dependen (Arniyasa & Karmini, 2023).

Tabel 9. Hasil Uji t

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	-	299602,404		0,267
	340503,386			
Harga Jual	14,367	2,558	0,179	0,000
Volume Penjualan	1412,413	79,227	0,566	0,000
Biaya Bahan Baku	0,149	0,035	0,196	0,000
Biaya Tenaga Kerja	0,232	0,023	0,456	0,000
Lama usaha	104689,738	36429,050	0,088	0,009
Pemasaran Online	712202,313	226492,832	0,104	0,005

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Hasil uji parsial (uji t) mengidentifikasi nilai signifikansi dan koefisien setiap variabel yang dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen dan merumuskan persamaan regresi. Berikut merupakan rumusan model persamaan regresi.

$$Y = -340503,386 + 14,367 (X1) + 1412,413 (X2) + 0,149 (X3) + 0,232 (X4) + 104689,738 (X5) + 71220,313 (D6) + e$$

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel independen secara individu berpengaruh terhadap keuntungan UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara. Nilai signifikansi memperlihatkan angkut $< 0,05$, sehingga hipotesis diterima. Hubungan setiap variabel adalah dapat dijabarkan lebih luas.

Pengaruh Variabel Harga Jual (X1)

Harga jual berpengaruh terhadap keuntungan UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara secara positif dan signifikan. Setiap kenaikan harga jual Rp1 meningkatkan keuntungan sebesar Rp14,367 dengan asumsi variabel lain tetap. Penentuan harga jual UMK *handicraft* berbahan kayu di Jepara mempertimbangkan beberapa faktor sesuai teori (Armstrong & Kotler, 2012), yaitu keterjangkauan, kualitas, daya saing, dan manfaat. Salah satu faktor utama adalah jenis bahan baku, di mana kayu berkualitas tinggi seperti kayu perhutani cenderung meningkatkan harga jual. Tingkat kerumitan desain juga berpengaruh, semakin rumit desain maka semakin tinggi harga jualnya.

Selain faktor internal, tren harga pasar juga menjadi pertimbangan utama untuk tetap kompetitif. Faktor yang memengaruhi penentuan harga meliputi kondisi ekonomi, penawaran dan permintaan, persaingan, biaya, tujuan usaha, regulasi pemerintah, serta citra produk (Sitorus, 2022). Hasil wawancara mengungkapkan bahwa produk serupa di *e-commerce* lebih murah, namun kualitas berbeda. Produk tersebut umumnya berasal dari Bojonegoro, Bali, dan Yogyakarta. Sebagian pengrajin menyiasati kondisi persaingan dengan memanfaatkan limbah kayu guna menekan harga jual.

Perkembangan teknologi turut meningkatkan daya saing produk. Banyak pengrajin mulai menggunakan mesin gravir untuk menambah label pada produk sehingga harga jual meningkat. Pemasaran *online* sudah banyak diterapkan para pengrajin. Wawancara menunjukkan terjadi perbedaan harga produk *online* dan *offline* akibat potongan biaya admin. Pemilik toko harus cermat menentukan margin keuntungan akibat tingginya biaya admin (Robbani & Kurniawan, 2025). Semakin banyak fitur yang digunakan maka semakin besar potongannya. Sebagian besar pengrajin di Jepara memilih menggunakan Shopee. Hasil pengujian sejalan dengan Istiqomah (2023), yang mengonfirmasi bahwa harga jual terhadap keuntungan memberikan pengaruh yang positif. Hasil penelitian ini memiliki perbedaan dengan Dewi et al., (2021), yang menyatakan bahwa harga jual berpengaruh negatif terhadap keuntungan apabila produk yang diperjualbelikan adalah produk yang memiliki sifat elastis sehingga dapat menurunkan minat pembelian dan berdampak pada berkurangnya volume penjualan dan tingkat keuntungan.

Pengaruh Variabel Volume Penjualan (X2)

Volume penjualan terhadap keuntungan UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara memberikan pengaruh positif dan signifikan. Semakin bertambah volume penjualan, semakin banyak keuntungan yang didapat. Setiap peningkatan satu satuan volume penjualan, akan meningkatkan keuntungan sebesar Rp1.412,413 dengan asumsi variabel lain tetap. Pengrajin dengan volume penjualan tertinggi umumnya bekerja sama dengan eksportir, yang memberikan stabilitas permintaan dan peluang pasar lebih luas. Pengrajin yang aktif memanfaatkan media sosial mengalami peningkatan penjualan yang signifikan. Media sosial membantu menjangkau konsumen lebih luas melalui portofolio produk dan pemasaran interaktif (Fatonah et al., 2024). Pengrajin yang hanya mengandalkan *e-commerce* tanpa strategi tambahan cenderung memiliki penjualan rendah akibat persaingan ketat dan perbedaan harga. Oleh karena itu, inovasi pemasaran diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk.

Volume penjualan UMKM *handicraft* kayu di Jepara meningkat menjelang lebaran, natal, tahun baru, dan perayaan lainnya. Pengrajin memanfaatkan momen ini dengan meningkatkan produksi, variasi produk, dan strategi pemasaran. Daya saing UMKM dapat diperkuat melalui kerja sama dengan eksportir, pemasaran *online*, dan pemanfaatan media sosial. Adaptasi terhadap tren digital serta inovasi produk dan desain menjadi kunci keberhasilan dalam persaingan pasar (Sasikirana et al., 2024). Hasil pengujian sama dengan Pujihati et al. (2024), volume penjualan berpengaruh dominan terhadap keuntungan usaha. Hasil penelitian tidak sejalan dengan Purwanto (2021), volume penjualan tidak mempengaruhi keuntungan.

Pengaruh Variabel Biaya Bahan Baku (X3)

Biaya bahan baku memengaruhi keuntungan UMKM *handicraft* berbahan kayu di Jepara secara positif dan signifikan. Setiap kenaikan Rp1 pada biaya bahan baku akan meningkatkan keuntungan sebesar Rp0,149 dengan asumsi variabel lain tetap. Kenaikan bahan baku ini akan menaikkan harga jual juga. Bahan baku *handicraft* terdiri dari kayu, pelapis, dan bahan pendukung. Jenis kayu yang sering digunakan adalah jati perhutani. Secara teori kenaikan biaya bahan baku menurunkan keuntungan (Surtikanti & Lestari, 2023), namun pada UMKM *handicraft* berbahan kayu di Jepara justru mencerminkan peningkatan produksi dan penjualan sehingga berdampak positif terhadap keuntungan.

Pengrajin memiliki keahlian dalam memperhitungkan kebutuhan bahan baku untuk produksi. Sebagian kayu yang tidak dapat digunakan karena standar pemesanan diolah menjadi produk yang bernilai jual dan dipasarkan melalui *e-commerce*. Strategi ini mengurangi pemborosan sekaligus meningkatkan keuntungan, sesuai dengan penelitian (Heryadi, 2022). Penelitian lain yang tidak sejalan menyebutkan bahwa biaya bahan baku tidak berpengaruh pada omset penjualan sehingga tidak mempengaruhi keuntungan (Hermin & Patimah, 2020).

Pengaruh Variabel Biaya Tenaga Kerja (X4)

Biaya tenaga kerja memengaruhi keuntungan UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara secara positif dan signifikan. Setiap kenaikan biaya tenaga kerja Rp1 akan menambah keuntungan sebesar Rp0,232 dengan asumsi variabel lain tetap. Secara teori peningkatan biaya bahan baku dapat mengurangi keuntungan, namun di industri *handicraft* kayu Jepara justru mencerminkan peningkatan produksi dan penjualan. Tenaga kerja yang

lebih banyak dan terampil meningkatkan efisiensi produksi, sehingga keuntungan terus bertambah (Shabrian & Hamdani, 2024).

Tenaga terampil dalam pembuatan *handicraft* kayu di Jepara masih terbatas karena butuh ketelitian lebih tinggi daripada pembuatan mebel. Beberapa pemilik UMKM memilih menggaji lembur tenaga kerja daripada menambah pekerja, sementara yang lain memberikan pelatihan sebelum merekrut tenaga kerja baru. Strategi ini berkontribusi pada peningkatan keuntungan UMKM, sejalan dengan penelitian (Setiawan & Kurniasih, 2020). Hasil penelitian tidak sejalan dengan Wahyuni et al. (2023), biaya tenaga kerja tidak memengaruhi keuntungan suatu usaha.

Pengaruh Variabel Lama Usaha (X5)

Lama usaha terhadap keuntungan UMKM *handicraft* berbahan kayu di Jepara berpengaruh positif dan signifikan. Setiap tambahan satu satuan lama usaha meningkatkan keuntungan sebesar Rp104.689,738 dengan asumsi variabel lain tetap. Semakin lama usaha berjalan, semakin luas pengalaman dalam mengelola bisnis, lebih memahami tren pasar, serta menyesuaikan produksi dengan permintaan (Parluhutan & Setiawan, 2020). Pengrajin berpengalaman cenderung bekerja sama dengan eksportir, memperluas relasi, dan meningkatkan akses pasar. Hal ini berkontribusi pada peningkatan volume penjualan dan keuntungan. Hasil penelitian sejalan dengan Nurasik et al. (2023), lama usaha berpengaruh terhadap laba mikro karena pengalaman meningkatkan keterampilan, pemahaman pasar, serta relasi dan jumlah pelanggan. Namun, hasil penelitian berbanding dengan Rahmatia et al. (2019), lama usaha tidak memengaruhi keuntungan apabila sebuah usaha tidak melakukan inovasi dan berkreasi terhadap produk yang ditawarkan.

Pengaruh Variabel Pemasaran Online (D6)

Pemasaran *online* terhadap keuntungan UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara memiliki pengaruh positif dan signifikan, dengan peningkatan keuntungan sebesar Rp71.220,313 saat diterapkan. Pemasaran *online* melalui media sosial dan *e-commerce* efektif dalam memperluas pasar dan meningkatkan keuntungan UMKM *handicraft* di Jepara. Promosi digital membantu membangun *brand awareness* dan memudahkan interaksi dengan konsumen. *Branding* Jepara sebagai produsen kayu berkualitas tinggi turut mendorong permintaan dari berbagai daerah. Temuan ini konsisten dengan penelitian Setyowati (2022), yang menegaskan bahwa pemasaran *online* berdampak positif terhadap peningkatan laba. Penelitian tidak sejalan dengan Novia et al. (2023), pemasaran *online* tidak mempengaruhi peningkatan penjualan sehingga tidak berpengaruh pada keuntungan usaha yang memanfaatkan google bisnis.

SIMPULAN

Hasil penelitian mengonfirmasi bahwa secara simultan atau serentak variabel independen meliputi harga jual, volume penjualan, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, lama usaha, dan pemasaran *online* mempengaruhi keuntungan UMKM *handicraft* berbahan kayu di Kabupaten Jepara pada tingkat kepercayaan 95%. Pada tingkat kepercayaan yang sama, secara parsial atau individu setiap variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan. Implikasi manajerial dari hasil penelitian adalah pelaku UMKM perlu menyusun strategi yang lebih terukur dan terintegrasi dalam mengelola aspek internal usaha. Strategi *value-based pricing*

dapat diterapkan untuk menyesuaikan harga dengan persepsi nilai konsumen. Optimalisasi pemasaran baik secara *offline* maupun *online* penting dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan. Pemanfaatan bahan baku secara efisien, termasuk limbah kayu serta peningkatan produktivitas melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan juga dapat memberikan dampak positif terhadap keuntungan. Selain itu, promosi yang efektif secara *online* dapat memperluas jangkauan pasar. Keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup wilayah yang hanya mencakup Kabupaten Jepara dan berfokus pada variabel internal. Selain itu, data bersifat *cross-section* sehingga belum dapat menunjukkan dinamika pengaruh variabel dalam jangka panjang. Riset selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi pengaruh faktor eksternal seperti kondisi pasar, regulasi pemerintah, akses permodalan, dan tren konsumen terhadap keuntungan UMKM. Penelitian longitudinal juga penting untuk melihat perubahan dan kestabilan pengaruh variabel dari waktu ke waktu.

REFERENSI

- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Amelya, D., Sutrisna, A., & Rahwana, K. A. (2021). Analisis Biaya Produksi Berdasarkan Biaya Bahan Baku Dan Biaya Tenaga Kerja Langsung. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 3(1), 11–17. <https://doi.org/10.36423/jumper.v3i1.827>
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran . Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Prenhalindo.
- Arifin, Z., & Widiastuti, N. A. (2024). Application of IOT CNC Technology to Increase Production Capacity of the Jepara Carving Industry of Samisuko Furnicraft. *Nusantara Journal of Community Engagement and Empowerment*, 1(1), 17–24. <https://doi.org/10.36564/njcee.v1i1.4>
- Arifin, Z., Widiastuti, N. A., Zainudin, A., Widodo, A., Niamirroykhan, A. S., Najid, M. R. A., Saputra, R., & Artalopa, R. (2025). Peningkatan Ketrampilan Pengrajin Mebel Melalui Pelatihan Perancangan Produk. *Abdimas Universal*, 7(1), 129–133.
- Arniyasa, P. Y. P., & Karmini, N. L. (2023). Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, dan Penggunaan E-commerce Terhadap Pendapatan UMKM Bidang Kuliner di Kota Denpasar. *Public Service and Governance Journal*, 4(2), 139–149. <https://doi.org/10.56444/psgj.v4i2.938>
- Arumsari, T., & Ismunawan. (2022). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm Sektor Perdagangan Di Kota Surakarta. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(6), 577–590. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i6.2079>
- Astuti, L., & Triyanto, E. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Laba Umkm Gerabah Di Kabupaten Klaten. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 2(1), 231–245. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i1.1376>
- Azzat, N. N., & Mujiraharjo, F. N. (2020). Analisis Dan Pemetaan Produk Unggulan Daerah Kabupaten Jepara Sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian Daerah Berbasis Ekonomi Lokal. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 7(2), 95–104. <https://doi.org/10.32477/jrm.v7i2.199>
- Baihaqi, W. A., Hariasih, M., & Sari, D. K. (2024). *Jurnal E-Bis : Ekonomi Bisnis Digital Marketing , Online Customer Review , dan Kualitas Produk terhadap*. 8(2), 780–793.
- Chamidah, M., Yani, A., & Naruli, A. (2023). Pengaruh Persediaan Barang Jadi dan Harga Pokok Produksi Terhadap Laba Usaha Pada UMKM Keripik Pisang Kak Encik. *Neraca*

- Manajemen, Ekonomi*, 2(4), 1–13.
- Dewi, N., Dumandi, Wulandari, H. K., & Ernitawati, Y. (2021). Biaya Produksi, Harga Jual Terhadap Laba Bersih. *Journal of Accounting and Finance*, 1(02), 24–35.
- Dian, P., Wawo, A., & Saiful, M. (2019). Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full Costing. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10(1), 111–132.
- Fajariyah, S. N., Mustikowati, R. I., & Firdaus, R. M. (2022). Pengaruh financial technology, tingkat pendapatan, lama usaha terhadap profabilitas UMKM Kecamatan Arjasa Kepulauan Kangean. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 10(2), 44–47.
- Fajrie, M., Adi Pradana, B., Rowi, M. Y., Ihsan, L. N. H., Iskandar, Z. A., & Faizin, N. (2022). Pemanfaatan Limbah Kayu Menjadi Kerajinan Fungsional Dan Bernilai Estetik Di Desa Bugel. *Journal of Dedicators Community*, 6(3), 321–326. <https://doi.org/10.34001/jdc.v6i3.2500>
- Fatonah, F., Putra, Y. A., Setiawan, C. E., & Nainggolan, K. L. (2024). Pengaruh Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan UMKM. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(4), 17755–17759.
- Fina, & Yuliawati. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Cabai Rawit Di Pasar Ngablak, Kabupaten Magelang. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 15(2), 164–171. <https://doi.org/10.20961/sepa.v15i2.28134>
- Firmansyah, D., Hari Mulyadi, & Dwinanto Priyo Susetyo. (2023). Penentuan Harga Jual: Harga Pokok Produksi dan Ekspektasi Laba. *Jkbm (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 9(2), 202–215. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v9i2.8808>
- Harahap, B., & Prima, A. P. (2019). Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan Factory Overhead Cost Terhadap Peningkatan Hasil Produksi Pada Perusahaan Kecil Industri Tahu Tempe Di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 4(1), 12–20. <https://doi.org/10.33884/jab.v4i1.1476>
- Hermin, N., & Patimah, S. (2020). Pengaruh biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik terhadap omset penjualan pabrik roti gembung Kota Raja Km.3 balikpapan Kalimantan Timur. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Methodist*, 4(1), 32–59.
- Heryadi, R. (2022). Pengaruh Biaya Bahan Baku Dan Harga Jual Terhadap Laba Pada Home Industri Sari Bumi. *JAZ: Jurnal Akuntansi Unihaz*, 5(1), 70–75. <https://doi.org/10.32663/jaz.v5i1.2805>
- Hidayat, M. K., Maftukhin, M., & Rahmawati, T. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Tingkat Profitabilitas (Studi Empiris pada UMKM di Kabupaten Brebes). *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*, 1(1), 24–33. <https://doi.org/10.57235/jetish.v1i1.29>
- Ina, N. N. A., & Hunter, A. N. R. (2022). Analisis Perkembangan Keuntungan Usaha Mebel di Kecamatan Kota Waingapu. *Transformatif*, XI(2), 87–95.
- Irianto, A. (2010). *Statistik Konsep dasar, aplikasi, dan pengembangannya*. Kencana Prenada Media Group.
- Istiqomah, N. (2023). Pengaruh biaya produksi dan harga jual terhadap tingkat keuntungan home industry kripik menurut persepektif ekonomi islam. *Jurnal Az-Zahra: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 551–560.
- Kustanti, R. (2022). Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Jepara. *Jurnal Ekobistek*, 11, 239–244. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i3.366>
- Marina, A., Warsidi, Wahjono, S. I., Balafif, S., & Kurniawati, T. (2021). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Rumah Sakit Islam Di Jawa Timur Memilih Software Aplikasi “Si Aisah” Pljsias Umsurabaya. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan, Dan Akuntansi*, 13(2), 179–191. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v13i2.3457>

- Miten, D. A., Herdi, H., Eo, E., Goo, K., Bosko, M. D., Study, A. C., Regency, S., Miten, D. A., Herdi, H., Eo, E., Goo, K., & Bosko, M. D. (2024). Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Tingkat Keuntungan Home Industry (Studi Pada Home Industri Di Kecamatan Lela Kabupaten Sikka). *Jurnal Accounting UNIPA*, 3(1), 43–57.
- Najib, M. (2023). ANALISIS KELAYAKAN USAHA PENJUALAN KAYU DITINJAU DARI ASPEK KEUANGAN (Studi Kasus UD. Riska Indah di Kabupaten Jeneponto). *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 34–42. <https://doi.org/10.33477/eksy.v5i02.6923>
- Naparin, M., Itta, D., Helmi, M., Rezekiah, A. A., & Pitri, R. M. N. (2022). *Dasar-Dasar Ilmu Ekonomi Kehutanan*. CV Banyubening Cipta Sejahtera.
- Nginang, Y. (2021). PENGARUH MANAJEMEN MODAL DAN JUMLAH TENAGA KERJA TERHADAP PENINGKATAN LABA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (STUDI KASUS PADA COUNTER DI MAKASSAR) Yusra. *Jurnal Economix*, 9(2), 1–11.
- Ningsih, G., Karsiningsih, E., & Purwasih, R. (2024). Pengaruh Digital Marketing Umkm Makanan Minuman Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Di Kota Pangkalpinang. *JURNAL AGRIBISNIS DAN KOMUNIKASI PERTANIAN (Journal of Agribusiness and Agricultural Communication)*, 7(1), 68. <https://doi.org/10.35941/jakp.7.1.2024.13817.68-77>
- Novia, C., Komariyah, K., Purwita, I., & Hasanah, K. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan UKM Keripik Pisang Ibu Nur. *Jurnal Pertanian Terpadu*, 11(2), 161–174. <https://doi.org/10.36084/jpt.v11i2.528>
- Nugraha, B. (2022). *PENGEMBANGAN UJI STATISTIK: Implementasi Metode Regresi Linear Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=PzZZEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=uji+heteroskedastisitas+adalah&ots=Kxx_21timc&sig=_ZYavakbA1PnEI90In6Y_y04szs&redir_esc=y#v=onepage&q=uji+heteroskedastisitas+adalah&f=false
- Nur, F. J., Pitriani, N., Haryanti, P., Nur, R. C., Adriansyah, T., & Suripto. (2020). Pengaruh Pendapatan Usaha, Biaya Operasional, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih. *Prosiding Webinar Nasional*, 1(1), 14–20.
- Nurasik, Abdidin, F. I. N., & Dewi, S. R. (2023). Determinan yang mempengaruhi laba umkm. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1 (2), 61–76.
- Pakpahan, Y. E. (2021). Pengaruh Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Kinerja Usaha UMKM Impact of the Quality of Financial Statements on the Business Performance of MSMEs Pendahuluan Metode Penelitian. [1] Y. E. Pakpahan, “Pengaruh Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Kinerja Usaha UMKM Impact of the Quality of Financial Statements on the Business Performance of MSMEs Pendahuluan Metode Penelitian,” Vol. 5, No. 1, Pp. 10–19, 2021, Doi: 10.25273/Inventory., 5(1), 10–19. <https://doi.org/10.25273/Inventory.vxi.7436>
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 31–44. <https://doi.org/10.38043/jids.v5i2.3182>
- Panelewen, F. H. J., Tilaar, W., & Kalangi, J. K. J. (2020). Analisis Permodalan Dan Keuntungan Usaha Mikro Kecil Menengah Pada Rumah Makan (Studi Kasus) Di Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 16(2), 313. <https://doi.org/10.35791/agrsossek.16.2.2020.29599>
- Parluhutan, V. H., & Setiawan, A. H. (2020). Diponegoro Journal of Economics Pengaruh Modal, Pengalaman Usaha, Strategi Promosi Dan Pendidikan Terhadap Keuntungan

- Pelaku Umkm Fashion Pada Marketplace Online Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, 9(3), 38–49. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme>
- Pendi, P. (2021). Analisis Regresi Dengan Metode Komponen Utama Dalam Mengatasi Masalah Multikolinearitas. *Bimaster: Buletin Ilmiah Matematika, Statistika Dan Terapannya*, 10(1), 131–138.
- Perdana, M. A. C., Sulistyowati, N. W., Ninasari, A., Jainudin, & Mokodenseho, S. (2023). Analisis Pengaruh Pembiayaan, Skala Usaha, dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia terhadap Profitabilitas UMKM. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(03), 135–148. <https://doi.org/10.58812/sek.v1i03.120>
- Permatasari, C., & Huda, N. (2022). As-Syirkah : Islamic Economics & Finacial Journal. *As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal*, 1(1), 39–56. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v3i3.298>
- Pujihati, F. D., Sihabudin, & Fauji, R. (2024). Pengaruh Biaya Produksi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada UMKM Semprong Amoundy Karawang. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), 4019–4029.
- Purba, S. D., Tarigan, J. W., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2), 202–208.
- Purwanto, E. (2021). Pengaruh Volume Penjualan, Biaya Produksi, Dan Pajak Penghasilan Terhadap Laba Bersih Di Bursa Efek Indonesia. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 10(2), 215–224. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i2.422>
- Putra, E. S., & Slamet, I. N. (2022). Strategi Dan Inovasi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Kayu Hitam Kota Palu Di Era Industri 4.0. *Jurnal Pariwisata PaRAMA : Panorama, Recreation, Accomodation, Merchandise, Accessibility*, 3(2), 66–75. <https://doi.org/10.36417/jpp.v3i2.534>
- Qomariyah, S. N., & Khusnia, M. (2021). ANALISIS PENDAPATAN UMKM (Studi Kasus Java Fiber Banjardowo Jombang). *Margin Eco*, 5(1), 30–37. <https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/margin/article/view/1823>
- Rahmatia, R., Madris, M., & Nurbayani, S. U. (2019). Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Laba Usaha Mikro Di Kota Palopo Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 4(2), 43–47. <https://doi.org/10.35906/jm001.v4i2.281>
- Ravi, S., & Rajasekaran, S. R. C. (2023). a Perspective of Digital Marketing in Rural Areas: a Literature Review. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4), 1–16. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.1388>
- Robbani, S. H., & Kurniawan, A. (2025). Peningkatan Daya Saing Melalui Platfrom Shopee dengan Analisis SWOT (Studi Kasus: Mtrstore.id). *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 169–179. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1311>
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126–8137. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1600>
- Rozani, A., & Huda, N. (2022). Keunggulan ekspor antar negara dan daya saing produk UMKM Indonesia dengan Pendekatan Gravity Model. *E-Jurnal Perspektif Ekonomi Dan Pembangunan Daerah*, 11(1), 1–8. <https://doi.org/10.22437/pdpd.v11i1.17109>
- Rushadiyati, R. (2021). Pengaruh Tenaga Kerja Dan Keterampilan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pt Manna Hanna Energi Bogor Jawa Barat. *Solusi*, 19(3), 340. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i3.3265>
- Sadarudin, S., Anwar, K., & Rosadi, N. A. (2023). Prospek Pengembangan Usaha Industri Tahu di Desa Murbaya Kecamatan Pringgarata Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Ekonomi*

- Utama*, 2(1), 19–27. <https://doi.org/10.55903/juria.v2i1.34>
- Salim, N., & Rahmadhani, S. (2024). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Among Makarti*, 17(1), 111. <https://doi.org/10.52353/ama.v17i1.634>
- Sari, A. Q., Sukestiyarno, Y. ., & Agoestanto, A. (2017). Batasan Prasyarat Uji Normalitas dan Uji Homogenitas pada Model Regresi Linear. *Unnes Journal of Mathematics*, 6(2), 168–177. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ujm>
- Sasikirana, I. D. V., Dewi, A. S., Khayzuran, Q. A., Firdausy, S. P., & Radianto, D. O. (2024). Strategi Pemasaran Digital Yang Efektif Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Era Digital. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 166–177. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.2092>
- Savitri, R. T., Fadhillah, N., & Hasanah, N. (2024). Strategi Penetapan Harga Jual Produk Songkok Ar-Royyan Desa Masangan Bungah Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam. 3, 195–208.
- Septiandika, V., Fitria, L., & Jannah, N. (2022). Pengaruh Pelatihan dan Kreatifitas Usaha terhadap Pengembangan UMKM (Riset UMKM Sektor Ekonomi Biru di Kecamatan Mayangan, Kota Probolinggo). *Eksos*, 18(1), 58–70. <https://doi.org/10.31573/eksos.v18i1.441>
- Setiawan, D., & Kurniasih, N. C. (2020). Pengaruh Biaya Bahan Baku Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Satwa Prima Utama. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 11(April), 55–64. Terhadap Laba Bersih Pada. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 11(April), 55–64.
- Setyowati, L. (2022). Pengaruh Pemasaran Online Dan Minat Pelanggan Terhadap Peningkatan Laba Kharisma Studio. *MINISTAL: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(1), 19–28. <https://doi.org/10.54259/ministal.v1i1.334>
- Shabrian, M., & Hamdani, D. (2024). Pengaruh Modal Kerja, Biaya Operasional, Biaya Promosi dan Penjualan Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus pada perusahaan Sub Sektor Farmas yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2022. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 292–301. <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/2260>
- Sitorus, A. P. (2022). Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Attanmiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 44–59. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Surtikanti, S., & Lestari, T. D. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Volume Penjualan Dan Pendapatan Usaha Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021. *Journal of Economics Management Business and Accounting*, 3(1), 123–138. <https://doi.org/10.34010/jemba.v3i1.10369>
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa Al-Aziziyah Lombok Barat*, 2(3), 43–56.
- Tarigan, M. S., Ritel, M., Ekonomi, F., & Darma, U. B. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Transaksi Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM di Kota Medan Abstract : *Jurnal Manajemen Retail*, 1(1), 10–20.
- Wahyuni, S., Andriani, N. Y., & Kesumah, P. (2023). Pengaruh Biaya Bahan Baku, dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Laba Bersih Pada PT Gudang Garam Tbk Periode 2010-2021. *Jurnal Eko-Bisma*, 2(2), 186–203.
- Wala, E. E., Laoh, E. O. H., & Mandei, J. R. (2023). Analisis Keuntungan Usaha Kacang Sangrai “Sindo” Di Desa Kanonang Tiga Kecamatan Kawangkoan Kabupaten Minahasa. *Agri-Sosioekonomi*, 19(2), 909–916. <https://doi.org/10.35791/agrsossek.v19i2.48332>
- Wibawa, H. W., Ali, H. M., & Paryanti, A. B. (2021). A Analisis faktor faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM. *Journal of Information System, Applied*,

- Management, Accounting and Research*, 5(3), 650.
<https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i3.483>
- Wulandari, N. (2021). Analisis Pengaruh Modal Dan Upah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Kecil Menengah Kerajinan Kayu Di Dusun Rejoso Kecamatan Junrejo Kota Batu. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 5(3), 596–607. <https://doi.org/10.22219/jie.v5i3.18756>
- Wulansari, T. A., Titisari, K. H., & Nurlaela, S. (2020). Pengaruh Leverage, Intensitas Persediaan, Aset Tetap, Ukuran Perusahaan, Komisaris Independen Terhadap Agresivitas Pajak. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 5(1), 69–76. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i1.14141>
- Zulkifli, A., Gusniati, J., Zulefni, M. S., & Afendi, R. A. (2025). Tutorial uji normalitas dan uji homogenitas dengan menggunakan aplikasi SPSS. *Jurnal Cahaya Nusantara*, 1(2), 55–68.