

Pengaruh Harga Bahan Baku, Harga Jual dan Produksi terhadap Hasil Penjualan Nasi Bakar Sultan (Studi Kasus UMKM Sambel K'Diyah)

Dian Nur Millah

Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia

millahdian241@gmail.com

Hendri Sucipto

Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia

hendrisucipto313@gmail.com

Slamet Bambang Riono

Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia

sbriono@gmail.com

Abstract

This research aims to analyze the influence of raw material prices, selling prices and production on the sales results of Sultan's roasted rice at Sambel K'Diyah MSMS. This research was carried out by conducting field observations using a questionnaire as a research instrument with the aim of finding out sales results in the related focus, namely Sambel K'Diyah MSMS. Sampling in the research used a probability sampling method with a sample size of 93 people. The primary data obtained is a nominal data scale which is then converted into an interval data scale using the method of successive intervals. The data results obtained with the questionnaire instrument were tested using SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 25.0. Several tests carried out to analyze the data that have been obtained are correlation tests, reliability tests, multiple linear regression tests, t tests and f tests. The results of the research show that the price of raw materials has an influence on sales results, the selling price has an influence on sales results and production has an influence on sales results, and in this research there is a significant value between the three independent variables and the dependent variable, which can be interpreted as the price of raw materials, selling price and production have a simultaneous effect on the sales results of sultan's roasted rice in Sambel K'Diyah MSMS.

Keywords: *raw material prices, selling prices, production, sales results.*

A. PENDAHULUAN

Perekonomian merupakan salah satu cabang ilmu perekonomian yang sangat penting dalam menunjang pembangunan nasional suatu negara dan menjamin kesejahteraan masyarakat di wilayahnya, dimulai dengan berdirinya pasar, pertokoan, dan usaha industri lainnya. Manajemen pasar yang baik mempengaruhi keuntungan ekonomi pada tingkat harga keseimbangan yang diciptakan oleh interaksi yang sehat antara kekuatan penawaran dan permintaan. Jika kondisi tersebut wajar dan normal, tanpa pelanggaran, harga akan stabil. Namun jika persaingan tidak sehat maka

keseimbangan harga akan terganggu.

Kenaikan harga di pasar sangat mempengaruhi kesejahteraan rumah tangga yang memenuhi hampir seluruh kebutuhan, namun ketiadaan bahan kebutuhan pokok tentu mengganggu kebutuhan rumah tangga. Masyarakat harus mampu mengesampingkan kebutuhan sekunder dan tersier serta memprioritaskan kebutuhan primer yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Ini merupakan suatu hal yang bisa dilakukan oleh masyarakat.

Kebutuhan bahan pokok di Indonesia saat ini sedang krisis karena harga bahan pokok yang naik. Sehingga, masyarakat kesulitan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ini adalah sesuatu yang perlu ditangani dan diselesaikan. Terutama bahan pokok yang merupakan salah satu kebutuhan pokok sebuah rumah tangga. Seperti minyak goreng, cabe dan nasi yang banyak dijadikan bahan utama Nasi Bakar Sultan.

Beras merupakan sumber protein, vitamin dan juga beberapa mineral lainnya bagi sebagian penduduk di Indonesia. Bagi perekonomian Indonesia, beras memiliki peran besar karena merupakan sumber bahan baku utama untuk memproduksi nasi bakar, lontong, ketupat, dan kerupuk. Salah satu usaha kecil yang potensial di kembangkan adalah produksi nasi bakar. Kalau usaha itu dijalankan pasti akan menguntungkan karena konsumen nasi bakar sultan sangat luas. Nasi Bakar Sultan tidak hanya dikonsumsi oleh masyarakat kelas bawah dan menengah saja, tetapi juga kelas atas. Selain itu, nasi bakar sultan merupakan makanan yang bergizi.

Bahan baku adalah bahan utama yang diolah menjadi produk jadi dan pemakaiannya dapat diidentifikasi secara langsung atau bisa diikuti jejaknya pada produk jadi (Zulyanti, 2019). Bahan baku utama pembuatan nasi bakar sultan adalah beras. Setiap perusahaan membutuhkan bahan baku. Semakin besar jumlah bahan baku yang dimiliki maka semakin besar pula peluang jumlah produksinya. sehingga kemungkinan pendapatan yang diterima semakin besar dari hasil penjualan produksi (Suartawan & Purbadharmaja, 2020). Dengan memberikan kepercayaan terhadap penggunaan bahan baku, menjamin kualitas produk yang diberikan produsen kepada konsumen dengan produk yang memuaskan (Faradisa & Sadiqin, 2022). Harga beras menentukan besarnya biaya produksi usaha pembuatan nasi bakar sultan dan besarnya keuntungan yang akan diperoleh oleh pengusahanya.

Dalam konteks ini, kenaikan harga bahan baku dapat menambah tekanan pada biaya produksi. Hal ini dapat menyebabkan pemilik usaha harus menyesuaikan harga jual produknya agar tetap memperoleh keuntungan yang lumayan. Namun kenaikan harga jual juga dapat mempengaruhi permintaan konsumen, terutama jika harga yang ditetapkan dirasa terlalu tinggi.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Harga Bahan Baku (X1)

Harga adalah nilai atau uang yang diberikan pelanggan atas penawaran tertentu yang memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Sucipto, Khojin, et al., 2023). Menurut soemarmo (2019:271) “Bahan baku adalah barang-barang yang digunakan dalam proses produksi yang dapat dengan mudah dan langsung diidentifikasi sebagai barang jadi atau produk (Herawati & Mulyani, 2019). Bahan baku merupakan istilah yang digunakan untuk menyebutkan barang-barang yang diolah dalam proses produk menjadi produk selesai. Sedangkan harga bahan baku adalah nilai moneter yang harus dibayarkan untuk memperoleh bahan mentah yang digunakan dalam proses produksi suatu barang atau jasa. Mulyadi (2019:275) dalam (Herawati & Mulyani, 2019) berpendapat “bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh, berdasarkan pengertian umum mengenai bahan baku merupakan bahan mentah yang menjadi dasar pembuatan suatu produk yang mana bahan tersebut dapat diolah melalui proses tertentu untuk dijadikan wujud lain. Berdasarkan pengertian secara umum, perbedaan arti kata bahan baku dan bahan mentah yang mempunyai arti sebagai bahan yang ada di tempat yang berbeda, dimana bahan tersebut dapat digunakan dalam suatu proses tertentu untuk mengolahnya menjadi bentuk yang berbeda dari bentuk aslinya.

Bahan yang digunakan dalam produksi dibagi menjadi dua kelompok, yaitu bahan baku langsung dan bahan baku tidak langsung. Bahan baku langsung mempunyai sifat yaitu : 1). Mudah ditelusuri hingga produk jadi, 2). Merupakan bahan baku utama produk akhir, 3). Dapat diidentifikasi langsung dari proses produksi setiap produknya. Bahan baku tidak langsung adalah bahan baku langsung yang tidak digunakan dalam proses produksi dan biaya-biaya tersebut diperlakukan sebagai biaya overhead (Suudi & S, 2021). Bahan baku juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi pendapatan. Bahan baku merupakan salah satu faktor produksi yang sangat diperlukan dalam setiap proses produksi, semakin banyak bahan baku yang dimiliki maka semakin banyak pula produk yang dihasilkan, sehingga semakin besar peluang untuk memperoleh penghasilan dari penjualan produk tersebut. Indikator harga bahan baku sebagai berikut (Perdana et al., 2020):

- a) Harga bahan,
- b) Kualitas bahan.

Harga Jual (X2)

Harga jual adalah sejumlah imbalan (uang atau barang) yang diperlukan untuk memperoleh suatu kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan agar produk tersebut laku dan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Hansen dan Women 2012 mendefinisikan Harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan suatu

badan usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Pada prinsipnya harga jual harus mampu menutup seluruh biaya dan memperoleh keuntungan yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah margin (Fitriah, 2020).

Harga jual merupakan upaya menyeimbangkan keinginan untuk memaksimalkan manfaat pendapatan yang tinggi dengan penurunan volume penjualan apabila harga jual yang dikenakan kepada konsumen terlalu mahal (Slat, 2018). Harga merupakan salah satu faktor utama yang harus dipertimbangkan konsumen ketika memutuskan untuk membeli suatu produk (Sucipto, Nasir, et al., 2023). Harga juga mempunyai peran penting dalam menciptakan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan. Harga merupakan elemen ketiga dari bauran pemasaran dan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya mewakili biaya. Sederhananya, harga adalah uang yang bertindak sebagai alat untuk membeli suatu produk atau jasa (Halin et al., 2019). Harga jual mempengaruhi tingkat pendapatan perusahaan dan juga dapat meningkatkan taraf hidup perusahaan yang beroperasi. Harga jual mempengaruhi konsumen dalam memilih atau membeli suatu produk, semakin tinggi harga jual maka jika sesuai dengan manfaatnya maka konsumen tertarik untuk menikmati produk yang ditawarkan (Santi et al., 2019).

Penentuan harga jual suatu produk merupakan suatu keputusan yang penting, karena dapat mempengaruhi keuntungan dan minat konsumen perusahaan (Apipah et al., 2022). Menurut Kolter dan Keller (2012:79), indikator harga jual sebagai berikut (Suryo et al., 2020) Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk dan Daya saing harga.

Produksi (X3)

Menurut (Wahyuni, 2019) mendefinisikan produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa. Kegiatan produksi dapat terlaksana apabila faktor-faktor produksi tersedia. Sedangkan menurut (Agustina & Kartika, 2020) Produksi adalah kegiatan mengubah faktor-faktor produksi atau *input* menjadi produk atau *output*. Faktor produksi (*input*) merupakan unsur yang harus ada untuk menghasilkan produksi. Faktor produksi adalah tenaga kerja, modal dan manajemen.

Secara etimologis kata produksi berasal dari bahasa Inggris *To Produce* yang berarti memproduksi. Oleh karena itu, produksi berarti suatu kegiatan yang dapat digunakan dalam suatu proses tertentu untuk menghasilkan barang atau jasa atau untuk menambah nilai. Pabrikan adalah orang yang memproduksi atau memproduksi barang atau jasa baik sendiri maupun bersama-sama. Barang yang diproduksi pada waktu yang sama disebut produk. Secara umum, manufaktur adalah konversi bahan mentah menjadi barang jadi atau menambah nilai suatu produk, barang atau jasa. Hal

ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat (Jalil, M et al., 2021)

Produksi adalah semua kegiatan yang menciptakan dan meningkatkan kegunaan suatu barang atau jasa. Kegiatan produksi dapat terlaksana apabila faktor-faktor produksi tersedia (Wahyuni, 2019). Produksi merupakan suatu kegiatan yang mengubah faktor-faktor produksi atau masukan menjadi produk atau keluaran. Perusahaan ini sendiri berjalan karena adanya faktor produksi. Dalam menggunakan faktor-faktor produksi dalam suatu proses produksi, perlu dikombinasikan dalam jumlah tertentu dan berkualitas. Faktor-faktor produksi tersebut dengan demikian merupakan sumber daya yang digunakan dan dibutuhkan dalam proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa (Maliha, 2018). Faktor produksi (input) merupakan unsur yang harus ada untuk menghasilkan produksi. Faktor produksi adalah tenaga kerja, modal dan manajemen (Agustina & Kartika, 2020). Indikator produksi sebagai berikut (Gandhy & Kurniawati, 2018):

- a) Proses
- b) Kapasitas
- c) Persediaan
- d) Tenaga kerja
- e) Kualitas.

Hasil Penjualan (Y).

Hasil penjualan adalah pendapatan yang diterima dari penjualan produk/jasa yang ditawarkan selama jangka waktu tertentu (Salim, 2018). Sedangkan pengertian dari penjualan adalah jumlah total yang dibayarkan kepada pelanggan atas produk yang dijual, termasuk tunai dan kredit. Pengertian secara umum, kegiatan jual beli dilakukan oleh dua pihak atau lebih dengan menggunakan alat pembayaran yang sah (Selay et al., 2023). Hasil penjualan merupakan pendapatan yang dihasilkan perusahaan selama proses pemasaran atau sebagai bagian dari program pemasaran secara keseluruhan. Sedangkan penjualan merupakan orientasi manajemen yang mengasumsikan bahwa konsumen akan atau tidak akan membeli produk suatu perusahaan berdasarkan upaya nyata untuk menciptakan atau merangsang minat terhadap produk tersebut (Triwibowo & Jumiatun, 2019).

Faktor yang sangat penting yang mempengaruhi kinerja penjualan adalah saluran distribusi, yang tujuannya adalah untuk melihat apakah peluang pemasaran dapat menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Pada umumnya rantai saluran distribusi yang lebih luas membawa biaya yang lebih besar, namun semakin luas saluran distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal masyarakat luas dan mendorong pertumbuhan angka penjualan yang pada akhirnya mempengaruhi pertumbuhan volume penjualan (Kurniawan, 2019). Jika hasil penjualan perusahaan dapat ditingkatkan berarti laba perusahaan juga akan meningkat. Salah satu tujuan utama suatu perusahaan

adalah mencapai laba atau tingkat keuntungan yang maksimal. Karena tanpa keuntungan maka perusahaan tidak dapat melanjutkan aktivitasnya. Untuk mencapai laba atau keuntungan yang optimal maka hasil penjualan perusahaan harus dimaksimalkan (Wijayanto, 2019).

Selain itu, tingkat pertumbuhan penjualan dapat juga mempengaruhi hasil penjualan perusahaan. Semakin tingginya penjualan bersih yang dilakukan oleh perusahaan dapat mendorong semakin tingginya laba kotor yang mampu diperoleh, sehingga dapat mendorong semakin tingginya hasil penjualan perusahaan (Barus & Leliani, 2022). Indikator hasil penjualan sebagai berikut (Jasmani, 2018):

- a) Harga produk
- b) Informasi produk
- c) Saluran distribusi
- d) Kualitas produk
- e) Keuntungan perusahaan.

C. METODE

Penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan antar variabel, serta potensi dari variabel yang diteliti. Pada penelitian ini memilih lokasi penelitian yaitu di UMKM Sambel K'Diyah yang beralamat di Desa Jagalempeni, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Waktu penelitian berlangsung dari bulan Februari 2024 sampai dengan bulan Mei 2024. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel Harga Bahan Baku (X_1), Harga Jual (X_2), Produksi (X_3) dan Hasil Penjualan (Y). Variabel tersebut adalah variabel yang memunculkan masalah yang menjadi dampak perubahan dari variabel yang dipengaruhi atau variabel dependen. Variabel yang menjadi dampak dari variabel terikat dalam penelitian ini adalah Hasil Penjualan (Y).

Dalam penelitian ini terdapat 93 konsumen UMKM Sambel K'Diyah yang menjadi populasi dalam penelitian. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah MM yang bergerak pada bidang industri makanan. Sampel penelitian ditetapkan sebesar 93 orang responden yang mengisi tanggapan kuesioner sebagai instrument penelitian.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung melalui hasil survei dengan instrument kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada sampel oleh peneliti, sehingga diperoleh data yang dianalisis dalam penelitian. Menurut Suparmono (2010), data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari lapangan. Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian kemudian dianalisis secara statistic melalui beberapa uji berupa uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian menunjukkan hasil bahwa harga bahan baku, harga jual dan produksi berpengaruh secara signifikan terhadap hasil penjualan

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas pada variabel disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Hasil Validitas	Keterangan	Hasil Reliabilitas	Keterangan
Harga Bahan Baku (X1)	HBB_1	0.766	Valid	0.878	Reliabel
	HBB_2	0.752			
	HBB_3	0.748			
	HBB_4	0.719			
	HBB_5	0.779			
	HBB_6	0.644			
	HBB_7	0.752			
	HBB_8	0.726			
Harga Jual (X2)	HJ_1	0.698	Valid	0.848	Reliabel
	HJ_2	0.665			
	HJ_3	0.804			
	HJ_4	0.794			
	HJ_5	0.760			
	HJ_6	0.806			
Produksi (X3)	PRO_1	0.751	Valid	0.917	Reliabel
	PRO_2	0.715			
	PRO_3	0.750			
	PRO_4	0.746			
	PRO_5	0.703			
	PRO_6	0.771			
	PRO_7	0.790			
	PRO_8	0.789			
	PRO_9	0.760			
	PRO_10	0.797			
Hasil Penjualan (Y)	HP_1	0.785	Valid	0.941	Reliabel
	HP_2	0.825			
	HP_3	0.813			
	HP_4	0.795			
	HP_5	0.832			
	HP_6	0.791			
	HP_7	0.723			
	HP_8	0.834			
	HP_9	0.845			
	HP_10	0.846			

Sumber: Hasil olah SPSS

Berdasarkan pada Tabel 1 , hasil uji validitas dan reliabilitas harga bahan baku (X₁), harga jual (X₂), dan produksi (X₃) terhadap hasil penjualan (Y) adalah valid dn reliabel.

Uji Asumsi Klasik

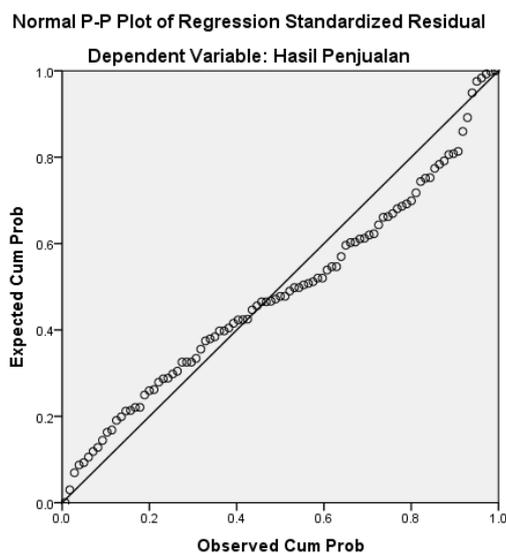
Uji asumsi klasik merupakan salah satu uji statistic yang digunakan untuk menilai normalitas distribusi kumpulan data yang digunakan dalam penelitian. Uji normalitas yang digunakan adalah Uji Kolmogorov-Smirnov Test.

Tabel 2. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0467712
	Std. Deviation	2.62928613
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.104
	Negative	-.099
Test Statistic		.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.153 ^c

Sumber: Hasil olah SPSS

Lihat hasil di atas, pada nilai absolute 0.066. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji probabilitas pada SPSS yaitu lihat pada nilai *Asymp. Sig. (2 tailed)* nilainya 0.153 dimana $> 0,05$ yang artinya data berdistribusi normal.



Gambar 1. Hasil Uji P-Plot

Hasil uji P-Plot pada gambar 1 memperlihatkan bahwa sebaran titik-titik residual pada grafik Normal

P-Plot menyebar di sekitar dan mengikuti arah garis diagonal. Hasil output di atas memperlihatkan bahwa data variabel Y (titik-titik grafik) berada di seputar dan mengikuti arah garis diagonal grafik. Hal ini menunjukkan bahwa data variabel Y berdistribusi normal sehingga normalitas data variabel Y terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel bebas.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Harga Bahan Baku (X1)	.228	4.384
	Harga Jual (X2)	.143	6.978
	Produksi (X3)	.105	8.569

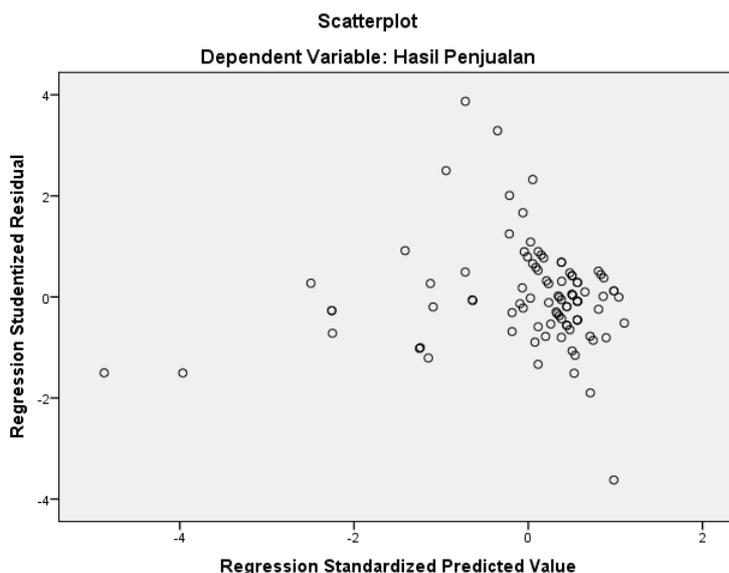
a. Dependent Variable: Hasil Penjualan (Y)

Sumber: Hasil olah SPSS

Pada tabel coefficient di atas, bahwa pada $X_1 = 0.228$ sampai dengan 4.384, $X_2 = 0.143$ sampai dengan 6.978, dan $X_3 = 0.105$ sampai dengan 8.569 maka *multikolinearitas tidak terdeteksi*. Berdasarkan tabel 3, bahwa nilai Toleransi dari masing-masing variabel bebas $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk memeriksa model adanya perbedaan varian dari residual dan pengamatan dengan model regresi linier.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar Grafik *Scatterplot*, jelas bahwa tidak ada pola tertentu karena titik meyebar tidak beraturan di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas atau H0 diterima.

Uji t

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dianalisis menggunakan uji T. Jika nilai Sig <0.05 atau dibawah 95%.

Tabel 4. Hasil Uji t

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.231	2.316		.963	.338
	Harga Bahan Baku (X1)	.351	.132	.244	2.659	.009
	Harga Jual (X2)	.861	.217	.460	3.969	.000
	Produksi (X3)	.713	.143	.676	4.983	.000

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan (Y)

Sumber: Hasil olah SPSS

Pengujian hipotesis pertama (H1)

Nilai signifikansi yang mempengaruhi X1 atas Y adalah 0.009, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 dapat diterima dan diartikan adanya pengaruh harga bahan baku terhadap hasil penjualan nasi bakar sultan di UMKM Sambel K'Diyah.

Pengujian hipotesis kedua (H2)

Nilai signifikansi yang mempengaruhi X2 atas Y adalah 0.000, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H2 dapat diterima dan diartikan adanya pengaruh harga jual terhadap hasil penjualan nasi bakar sultan di UMKM Sambel K'Diyah.

Pengujian hipotesis ketiga (H3)

Nilai signifikansi yang mempengaruhi X3 atas Y adalah 0.000, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H3 dapat diterima dan diartikan adanya pengaruh produksi terhadap hasil penjualan nasi bakar sultan di UMKM Sambel K'Diyah.

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3160.617	3	1053.539	143.403	.000 ^b
	Residual	653.856	89	7.347		
	Total	3814.473	92			
a. Dependent Variable: Hasil Penjualan						
b. Predictors: (Constant), Produksi, Harga Bahan Baku, Harga Jual						

Sumber: Hasil olah SPSS

Pengujia hipotesis keempat (H4)

Nilai signifikasi X1, X2 dan X3 atas Y yaitu $0.000 < 0.05$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H4 terjadi pengaruh secara simultan pada variabel bebas harga bahan bau, harga jual dan produksi terhadap hasil penjualan nasi bakar sultan di UMKM Sambel K'Diyah. Karena dinyatakan bahwa F hitung $>$ F tabel.

E. SIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini yaitu:

1. Hasil penelitian yang didapatkan pada variabel nilai signifikasi yang mempengaruhi X1 atas Y adalah 0.000. Maka disimpulkan bahwa H1 dapat diterima dan diartikan adanya pengaruh harga bahan baku terhadap hasil penjualan nasi bakar sultan di UMKM Sambel K'Diyah.
2. Nilai signifikasi yang mempengaruhi X2 atas Y adalah 0.000, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H2 dapat diterima dan diartikan adanya pengaruh harga jual terhadap hasil penjualan nasi bakar sultan di UMKM Sambel K'Diyah.
3. Nilai signifikasi yang mempengaruhi X3 atas Y adalah 0.000, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H3 dapat diterima dan diartikan adanya pengaruh produksi terhadap hasil penjualan nasi bakar sultan di UMKM Sambel K'Diyah.
4. Nilai signifikasi X1, X2 dan X3 atas Y yaitu $0.000 < 0.05$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H4 terjadi pengaruh secara simultan pada variabel bebas harga bahan bau, harga jual dan produksi terhadap hasil penjualan nasi bakar sultan di UMKM Sambel K'Diyah. Karena dinyatakan bahwa F hitung $>$ F tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya harga bahan baku, harga jual dan produksi memiliki pengaruh terhadap hasil penjualan nasi bakar sultan di UMKM Sambel K'Diyah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I. M., & Kartika, I. N. (2020). Pengaruh Tenaga Kerja, Modal dan Bahan Baku terhadap Produksi Industri Kerajinan Patung Kayu di Kecamatan Tegallalang. *E-Jurnal EP UNUD*, 6(7), 1302–1331.
- Apipah, N., Dumadi, D., & Riono, S. B. (2022). Edukasi Penetapan Harga Jual bagi Pelaku UMKM Harum Manis Desa Parereja, Brebes. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 1–10.
- Barus, A. C., & Leliani. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan Kompas100 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 3(2), 11–20. <https://doi.org/10.55601/jwem.v4i1.209>
- Faradisa, S. D., & Sadiqin, A. (2022). Pengaruh Harga Material Bahan Baku Plat terhadap Pelayanan Jasa Konstruksi Baja Tanki Minyak Kelapa Sawit CV. Samaco di Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial (Embiss)*, 2(4), 413–416.
- Fitriah, A. A. N. (2020). Pengaruh Harga Jual dan Lokasi terhadap Volume Penjualan Telur Itik di Kota Makassar. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 1–98.
- Gandhy, A., & Kurniawati, S. D. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Koperasi Produksi Susu Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Maksipreneur*, 8(1), 15–31. <https://doi.org/10.30588/jmp.v8i1.376>
- Halin, H., Wijaya, H., & Yusilpi, R. (2019). Pengaruh Harga Jual Kaca Patri Jenis Silver terhadap Nilai Penjualan Pada CV. Karunia Kaca Palembang Tahun 2004-2015. *Jurnal Ecoment Global*, 2(2), 49–56. <https://doi.org/10.35908/jeg.v2i2.251>
- Herawati, H., & Mulyani, D. (2019). Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan Proses Produksi terhadap Kualitas Produk Pada UD. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo. *UNEJ E-Proceeding*, 463–482.
- Jalil, M. A., Syahidin, & Erma. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Sere Wangi di Kecamatan Terangun Kabupaten Gayo Lues. *Gajah Putih Journal Of Economics Review (GPJER)*, 3(2), 76–88.
- Jasmani. (2018). Pengaruh Promosi dan Pengembangan Produk terhadap Peningkatan Hasil Penjualan. *Jurnal Ilmiah Semarak*, 1(3), 142–157.
- Kurniawan, D. W. (2019). Analisa Pengelolaan Pakan Ikan Lele Guna Efisiensi Biaya Produksi Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan. *IQTISHADequity Jurnal Manajemen*, 2(1). <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.552>
- Maliha, A. (2018). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, dan Bahan Baku terhadap Tingkat Pendapatan Industri Kue dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 33(4), 1–103.
- Perdana, A. P., Dinar, M., Hasan, M., Rahmatullah, & Said, M. I. (2020). Kajian Ketersediaan Bahan Baku, Tingkat Persaingan dan Perilaku Kewirausahaan Dalam Mendukung Perkembangan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Mebel Di Kecamatan Manggala Kota Makassar). *Universitas Negeri Makassar*, 32. <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/3656>
- Salim, A. (2018). Strategi Pemasaran Home Industry Larasati Snack di Desa Tanjunganyar untuk Meningkatkan Hasil Penjualan dari Etika Bisnis Islam. *IAIN Kudus*, 48(8), 879.
- 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.
<https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20090>
- Selay, A., Andgha, G. D., Alfarizi, M. A., Wahyudi, M. I. B., Falah, N. M., Encep, M., & Khaira, M. (2023). Sistem Informasi Penjualan. *Karimah Tauhid*, 2(1), 232–237.
- Slat, A. H. (2018). Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode Full Costing dan Penentuan Harga Jual. *Jurnal EMBA*, 1(3), 110–117.
- Suartawan, I. K., & Purbadharmaja, I. B. (2020). Pengaruh Modal dan Bahan Baku terhadap Pendapatan Melalui Produksi Pengrajin Patung Kayu di Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal EP Unud*, 6(9), 1628–1657.
- Sucipto, H., Khojin, N., Aisyah, N., & Musriah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Oleh- Oleh Sa ' cekele Ketanggungan). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(3), 53–67.
- Sucipto, H., Nasir, M., Yulianto, A., & Ikhwan, S. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Kacang Garuda di Kabupaten Brebes. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(3), 1–15.
<https://doi.org/10.51125/citaekonomika.v16i2.6665>
- Suryo, A. A., Suddin, A., & Widajanti, E. (2020). Pengaruh Harga, Iklan, Citra Merk dan Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling di Wilayah Surakarta. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 13(2), 395–404.
<https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/3656>
- Suudi, M. Y., & S, E. S. (2021). Pengaruh Bahan Baku dan Manajeamen Rantai Pasokan terhadap Proses Produksi PT. Niro Ceramic Nasional Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 22(1).
<https://doi.org/10.35137/jei.v22i1.528>
- Triwibowo, E., & Jumiatur. (2019). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 4(1), 90–102.
- Wahyuni, S. (2019). Teori Konsumsi dan Produksi Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Akuntabel*, 10(1), 74–79. <https://core.ac.uk/download/pdf/229018574.pdf>
- Wijayanto, P. W. (2019). Pengaruh Harga Jual, Promosi dan Distribusi terhadap Volume Penjualan pada PP. Setia Kawan di Purwokerto. *Jurnal Pro Bisnis*, 2(1), 1–11.
- Zulyanti, N. R. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Alat Produksi, Harga Bahan Baku, Pemakaian Bahan Baku, Jumlah Tenaga Kerja terhadap Volume Produksi (Studi Kasus Pada Industri Sarung Tenun Di Desa Pangeran Maduran). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 159–170.