



**PENGARUH SISTEM PENGENDALIAN PRODUKSI DAN BAURAN
PEMASARAN TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN DI TENGAH
COVID 19 PADA UMKM PENJUALAN KUE BASAH DIDESA
KAMPUNG MELAYU KECAMATAN BANYUWANGI**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Ekonomi
Pada Minat Studi Manajemen Program Studi Manajemen*

Diajukan Oleh :

SUCI AVRILIANANDA

N I M : 17.10447

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
SEKOLAHTINGGIILMUEKONOMI MANDALA JEMBER
TAHUN 2021**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MANDALA

PENGARUH SISTEM PENGENDALIAN PRODUKSI DAN BAURAN
PEMASARAN TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN DI TENGAH COVID
19 PADA UMKM PENJUALAN KUE BASAH DIDESA KAMPUNG
MELAYU KECAMATAN BANYUWANGI

Nama : Suci Avriliananda
NIM : 17 10447
Program Studi : Manajemen
Minat Studi : Manajemen Bisnis
Mata Kuliah Dasar : Manajemen Pemasaran

Disetujui Oleh :

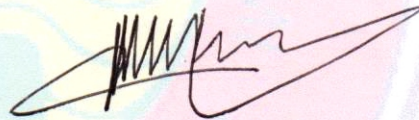
Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Asisten



Drs. Karim Budiono, M.P.

NIDN : 0724076201



Saiful Amin, S.E, M.M

NIDN : 0714068805

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Tamriatin Hidayah, SE, MP
NIDN : 0007106601

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MANDALA

PENGARUH SISTEM PENGENDALIAN PRODUKSI DAN BAURAN
PEMASARAN TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN DI TENGAH COVID
19 PADA UMKM PENJUALAN KUE BASAH DIDESA KAMPUNG
MELAYU KECAMATAN BANYUWANGI

Telah dipertahankan Tim Penguji Skripsi Pada :

Hari/tanggal : Sabtu, 14 Agustus 2021
Jam : 09.30
Tempat : ZOOM MEETING

Disetujui oleh Tim Penguji Skripsi:

Dra. Haifa, M.M
Ketua penguji

: 

Saiful Amin, S.E., M.M
Sekretaris Penguji

: 

Drs. Karim Budiono, MP
Anggota Penguji

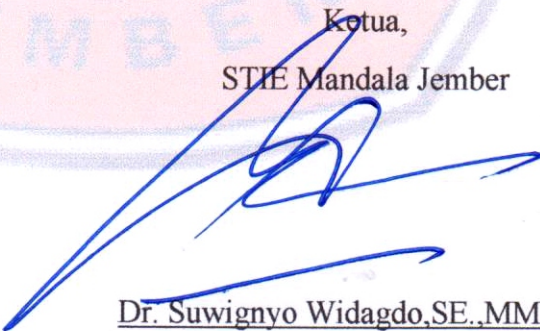
: 

Mengetahui,

Ketua Program Studi,
Manajemen

Ketua,
STIE Mandala Jember


Tamriatin Hidayah, SE, MP
NIDN: 0007106601


Dr. Suwignyo Widagdo, SE., MM., M.P
NIDN : 0702106701

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : SUCI AVRILIANANDA

NIM : 17.10447

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

MINAT STUDI : MANAJEMEN BISNIS

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “ **PENGARUH SISTEM PENGENDALIAN PRODUKSI DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN DI TENGAH COVID 19 PADA UMKM PENJUALAN PRODUK KUE BASAH DI DESA KAMPUNG MELAYU KECAMATAN BANYUWANGI** “ merupakan hasil karya ilmiah saya buat sendiri.

Apabila bukti pernyataan saya ini tidak benar maka saya siap menanggung resiko dibatalkannya skripsi yang telah saya buat.

Banyuwangi, 29 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Suci Avriliananda

MOTTO

“ PEOPLE WITH PASSION CAN CHANGE THE WORLD FOR THE BETTER

“

- STEVE JOBS –

“ LAKUKANLAH PEKERJAAN ITU PADA PUNCAK
KEMAMPUANMU “

- HR. BUKHARI & MUSLIM -

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karuniaNya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Tingkat Produksi, Pemasaran Dan Penjualan Terhadap Pendapatan UMKM ditengah Covid 19 (Studi pada Penjualan Kue Basah Di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi)” dapat diselesaikan. Shalawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat, dan pengikut-pengikutnya yang setia.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember. Perjalanan panjang telah peneliti lalui dalam rangka menyelesaikan skripsi ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat kehendak-Nyalah sehingga peneliti berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Penyelesaian skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa adanya bantuan, kerjasama, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Budi Hartono dan Ibu Sukmawati selaku orang tua saya
2. Bapak Drs. Karim Budiono, M.P. Selaku Dosen Pembimbing Utama
3. Bapak Saiful Amin,SE,MM selaku Dosen Pembimbing Asisten
4. Teman–teman seperjuangan
5. Dan untuk semua pihak yang mau membantu dalam pengerjaan skripsi ini

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan waktu, dana, kemampuan yang peneliti miliki. Untuk itu para pembaca kiranya dapat memberikan masukan dan saran-saran guna melengkapi hasil penelitian ini. Peneliti berharap hasil penelitian ini akan menjadi sumbangan yang berarti dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

Hormat Kami

Peneliti

Suci Avriliananda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teori	17
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	17
2.2.2 Sistem Pengendalian Produksi	21
2.2.3 Bauran Pemasaran	23
2.2.4 Tingkat Pendapatan.....	30
2.2.5 Pengertian UMKM.....	32
2.3 Kerangka Konseptual	33
2.4 Hipotesis.....	34
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	36

3.1	Gambaran Singkat Obyek Penelitian	36
3.2	Populasi dan Sampel	37
3.2.1	Populasi	37
3.2.2	Sampel.....	37
3.3	Jenis Penelitian.....	37
3.4	Identifikasi Variabel.....	38
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5.1	Sistem Pengendalian Produksi	38
3.5.2	Bauran Pemasaran	39
3.5.3	Tingkat Pendapatan.....	39
3.6	Metode Pengumpulan Data	40
3.7	Sumber Data.....	40
3.8	Metode Analisis Data	41
3.8.1	Uji Instrument Penelitian	41
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	42
3.8.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
3.8.4	Koefisien Determinasi.....	44
3.8.5	Uji Hipotesis	44
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI	46
4.1	Analisis Deskriptif Responden.....	46
4.1.1.	Deskriptif Karakteristik Responden.....	46
4.1.2	Deskriptif Variabel Penelitian.....	50
4.2	Analisis Hasil Penelitian	53
4.2.1	Uji Instrumen	53
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	56
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
4.2.4	Koefisien Determinasi.....	60
4.2.5	Uji Hipotesis	61
4.3	Interpretasi.....	64
BAB 5	PENUTUP.....	69

5.1 Kesimpulan	69
5.2 Implikasi.....	69
5.3 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	13
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.2 Usia Responden.....	47
Tabel 4.3 Profesi Responden.....	48
Tabel 4.4 Status Perkawinan Responden	48
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pengguna Media Sosial	49
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Aplikasi Media Sosial	50
Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Terhadap Sistem Pengendalian Produksi	51
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Terhadap Bauran Pemasaran..	52
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Terhadap Tingkat Pendapatan	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Metode Kolmogorov Smirnov Test.....	56
Tabel 4.13 Hasil Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Pengaruh Parsial)	62
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Pengaruh Simultan).....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	33
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data Deskripsi Responden
- Lampiran 3 Tabulasi Data Responden
- Lampiran 4 Deskripsi Variabel Penelitian
- Lampiran 5 Uji Validitas
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 Regresi Linear Berganda
- Lampiran 9 Tabel R
- Lampiran 10 Tabel t
- Lampiran 11 Tabel F

ABSTRAK

PENGARUH SISTEM PENGENDALIAN PRODUKSI DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN DI TENGAH COVID 19 PADA UMKM PENJUALAN KUE BASAH DI DESA KAMPUNG MELAYU KECAMATAN BANYUWANGI

Oleh:

Suci Avriliananda

Drs. Karim Budiono, M.P.

Saiful Amin, S.E, M.M

Program Studi Manajemen STIE Mandala Jember

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran terhadap tingkat pendapatan di masa pandemi pada UMK Penjualan Produk Kue Basah didesa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner. Penelitian ini menggunakan 5 orang penjual produk kue basah sebagai sampel. Teknik analisis yang digunakan antara lain adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) sistem pengendalian produksi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pendapatan, (2) bauran pemasaran secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pendapatan, (3) dan secara simultan sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran berpengaruh terhadap tingkat pendapatan.

Kata Kunci : Sistem Pengendalian Produksi, Bauran Pemasarn dan Tingkat Pendapatan

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCTION CONTROL SYSTEM AND MARKETING MIX ON INCOME LEVEL IN THE MIDDLE OF COVID 19 ON UMKM SALES OF WET CAKES IN THE VILLAGE OF KAMPUNG MALAY, BANYUWANGI DISTRICT

Oleh:

Suci Avriliananda

Drs. Karim Budiono, M.P.

Saiful Amin, S.E, M.M

Program Studi Manajemen STIE Mandala Jember

This study aims to determine the effect of the production control system and marketing mix on income levels during the pandemic at the UMK Sales of Wet Cake Products in Kampung Melayu Village, Banyuwangi District. In this study, researchers used primary data. Primary data in this study were obtained by distributing questionnaires. This study used 5 sellers of wet cake products as samples. The analytical techniques used include instrument testing, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination and hypothesis testing. The results showed that (1) the production control system partially significantly affected the level of income, (2) the marketing mix partially significantly affected the level of income, (3) and simultaneously the production control system and marketing mix had an effect on the level of income.

Keywords: Production Control System, Marketing Mix and Income Level

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah salah satu negara yang sedang berkembang dan berusaha mengejar ketinggalannya didalam pertumbuhan perekonomian dunia yang serba kompetitif. Hal tersebut dapat dilihat dalam semakin berkembangnya perekonomian dan penggunaan teknologi saat ini. Namun sekarang Indonesia sedang menghadapi persebaran virus corona. Kemunculan Covid-19 membuat pemerintah Indonesia mulai menegaskan bahwa masyarakat di himbau untuk tidak melakukan aktivitas di luar rumah upaya untuk menghindari meningkatnya penyebaran Covid-19. Cara yang dilakukan pemerintah adalah dengan melakukan *social distancing* atau PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar).Pemerintah juga menganjurkan jaga jarak secara fisik dan mengurangi kegiatan berkerumun, untuk mengurangi penyebaran Covid-19 di Indonesia. Niat baik pemerintah untuk melakukan PSBB sangat merugikan warga Indonesia khususnya dampak ekonomi yang menurun dan banyak tenaga kerja yang kehilangan pekerjaan.

Bentuk penerapan PSBB memaksa masyarakat Banyuwangi untuk bisa memutar roda perekonomian. Kebijakan tersebut dan akibat dari pandemi virus ini muncul permasalahan yang dirasakan dari berbagai kalangan baik kalangan atas, menengah dan bawah. Namun, tentu saja kalangan bawah merasakan dampak yang begitu besar, pasalnya mereka menjadi kesulitan dalam mencari nafkah. Banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaannya, banyak pedagang yang penjualannya mengalami penurunan.

Menurut Pandji Anorangga (1997) UMKM merupakan usaha yang memiliki peran yang cukup tinggi terutama di Indonesia yang masih tergolong negara berkembang. Banyaknya jumlah UMKM maka akan semakin banyak penciptaan kesempatan kerja bagi para pengangguran.

Selain itu UMKM dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan termasuk UMK Penjualan Produk Kue Basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan banyuwangi. Di Indonesia UMKM dalam perekonomian usaha memiliki peranan sangat penting karena ketika terjadi krisis ekonomi menerpa dunia maka secara otomatis mempengaruhi kondisi perekonomian di Indonesia.

Dalam UMKM memiliki beberapa permasalahan meskipun UMKM terus meningkat dan bertambah. Salah satunya terkait dengan Manajemen Pemasaran dalam halnya yaitu tingkat pendapatan. Ada banyak faktor yang perlu diperhatikan dapat meningkatkan pendapatan. Dalam penelitian ini yang dapat dijadikan faktor memengaruhi tingkat pendapatan yaitu sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran. Hal ini berdasarkan pada kondisi yang terjadi pada UMK penjualan produk kue basah didesa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi.

Desa Kampung Melayu kecamatan Banyuwangi adalah desa yang memiliki usaha kecil dan menengah. Banyak para usaha yang menjual kue basah karena sebagian besar penduduk didesa kampung melayu memiliki kemampuan dalam hal membuat kue. Dengan begitu masyarakat kampung melayu memilih usaha kue basah. Meskipun masyarakat kampung melayu menjual produknya dirumah pendapatan yang dihasilkan oleh pelaku usaha mampu memenuhi kebutuhan hidupnya. Dimana para konsumen yang membeli produknya bisa langsung berkunjung kerumah pelaku usaha tersebut. Sayangnya dimasa pandemi seperti ini pelaku UMK penjualan produk kue basah di Desa Kmapung Melayu Kecmatan Bnyuwangi banyak yang belum bisa mengendalikan sistem produksi dengan baik sehingga mengalami penurunan terhadap penjualan kue basah. Para pelaku UMK penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu mencoba mempertahankan usahanya ditengah pandemi covid 19 ini. Kondisi sekarang ini membuat UMK penjualan produk kue basah didesa kampung melayu mengalami penurunan sehingga tingkat pendapatan juga ikut menurun. Pelaku UMK penjualan produk kue basah didesa kampung melayu melakukan berbagai cara untuk mempertahankan usahanya dengan

mengutamakan kualitas produk, harga dan juga kelayakan produk agar sesuai dengan keinginan konsumen. Para pelaku UMK penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi juga mengembangkan usahanya tidak dengan menjual dirumah tetapi juga menjual kue basah dipasar tradisional dan juga melalui jaringan internet. Ada beberapa pelaku UMK penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi yang tidak mengerti cara menggunakan jaringan internet, tetapi itu semua tidak menghalangi pelaku usaha untuk tetap memasarkan kue basah karena pelaku usaha bisa dibantu oleh anak kandung, saudara ataupun tetangga sehingga pelaku usaha tetap bisa menjual kue basah tersebut. Apalagi dimasa sekarang ini persaingan sangat ketat dan membuat pelaku usaha harus berkerja keras untuk bisa menghadapi persaingan itu dan mempertahankan usahanya.

Setiap usaha dalam persaingan tinggi selalu kompetisi, pelaku usaha harus memberikan perhatian penuh terhadap kualitas produk. Perhatian pada kualitas produk memberikan dampak positif kepada usaha melalui cara produksi. Menurut Yamit (2005:123) Sistem Pengendalian Produksi merupakan suatu kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor yang ada seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku dan dana agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Sistem Pengendalian Produksi adalah suatu kegiatan yang sangat dibutuhkan dalam kondisi pandemi saat ini. Sistem pengendalian produksi pada UMK penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi masih terlihat kurang perhatian sehingga menyebabkan terjadi penurunan terhadap pendapatan pada UMK penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu kecamatan Banyuwangi. Keberadaan bahan baku, mesin dan biaya produksi sangatlah penting dalam kelancaran produksi. Tersedianya bahan baku, mesin dan biaya produksi pada tingkat yang optimal menjamin produksi dapat berjalan sesuai dengan rencana pada tingkat biaya yang minimum. Produksi yang diterapkan oleh UMK penjualan produk kue

basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi diharapkan dapat mencapai suatu sasaran yang optimal secara efisien dan efektif.

Menurut William J, Pemasaran yakni adalah sistem secara keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis atau usaha yakni yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa yang sesuai, mempromosikan barang dan jasa, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen dan bisa memuaskan konsumen. Strategi Pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan penting merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan pada UMK penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk yang mereka produksi. Untuk menciptakan strategi pemasaran yang efektif dilakukan dengan cara menciptakan produk-produk unggulan yang lebih baik, pencarian pasar, alih pengetahuan dan teknologi serta pembinaan industri kecil dan kegiatan usaha pada UMK produk kue basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi. Sehingga dengan adanya strategi bauran pemasaran dapat meningkatkan pendapatan pada UMK penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi. Tujuan dari pemasaran sendiri adalah untuk mengenal dan memahami konsumen sedemikian rupa sehingga produk yang dijual akan cocok sesuai dengan keinginan konsumen. Strategi pemasaran juga dapat memotivasi pelaku usaha UMK penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi untuk meningkatkan pendapatan mereka.

Pendapatan adalah hasil kerja yang diterima oleh perorangan, perusahaan, dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, ongkos, dan laba. Tingkat pendapatan merupakan hal penting yang harus di perhatikan dalam suatu usaha termasuk pada UMK penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi. Menurunnya tingkat pendapatan pada UMK produk kue basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi disebabkan kurangnya dalam

mengolah sistem pengendalian produksi dan juga bauran pemasaran. Oleh karena itu, pelaku UMK penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi harus bisa mengelola sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran agar dapat meningkatkan pendapatan dimasa pandemi ini. Tujuan adanya sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran yaitu untuk mendapatkan hasil yang sesuai demi kelangsungan hidup dan memenuhi kebutuhan sehari-hari dan juga pendapatan pada UMK penjualan produk kue basah di desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi dapat mengalami peningkatan.

Dengan kondisi ekonomi yang menurun ini banyak kebutuhan yang harus di penuhi sedangkan pendapatan yang kita dapat lebih kecil di bandingkan dengan pengeluaran kita. Begitu juga dengan usaha-usaha yang ada didesa kampung melayu yang pendapatannya mengalami penurunan sejak adanya covid 19 ini. Memang saat ini dampak yang paling dirasakan oleh para pelaku usaha didesa kampung melayu adalah penurunan pendapatan akibat PSBB. Dan dari situ banyak masyarakat Banyuwangi terutama masyarakat kampung melayu yang mengeluh dengan adanya dampak dari COVID 19 ini.

1.2 Rumusan Masalah

UMK penjualan produk kue basah di desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi menyediakan berbagai macam kue basah. Dalam UMKM memiliki beberapa permasalahan meskipun UMKM terus meningkat dan bertambah. Salah satunya terkait dengan Manajemen Pemasaran dalam halnya yaitu tingkat pendapatan. Ada banyak faktor yang perlu diperhatikan dapat meningkatkan pendapatan. Dalam penelitian ini yang dapat dijadikan faktor memengaruhi tingkat pendapatan yaitu sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran. Hal ini berdasarkan pada kondisi yang terjadi pada UMK penjualan produk kue basah didesa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh secara parsial sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran terhadap tingkat pendapatan UMKM ditengah covid 19?
2. Bagaimana pengaruh secara simultan sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran terhadap tingkat pendapatan UMKM ditengah covid 19?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran terhadap tingkat pendapatan UMKM ditengah pandemi covid 19.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran terhadap tingkat pendapatan UMKM ditengah pandemi covid 19.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi objek

Dapat memberikan masukan yang berarti bagi UMK penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi, terutama dalam hal- hal yang berhubungan dengan sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran terhadap tingkat pendapatan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana bagi peneliti untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah, sekaligus dapat membandingkan teori dan praktek.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu pengetahuan dan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti terkait dengan penjualan UMKM dimasa pandemi COVID 19.

1.5 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang jauh dari tujuan penelitian, maka akan di batasi pada hal-hal sebagai berikut :

1. Responden untuk penelitian ini diambil dari 5 UMKM penjual kue basah
2. Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2021 sampai bulan Juli 2021.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai bahan pertimbangan dan sebagai pendukung dalam melakukan sebuah penelitian. Adapun beberapa penelitian terdahulu ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Yonnade Arga Putra, 2014, “Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar“. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba perusahaan, menganalisis pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar, menganalisis penjualan terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar, dan untuk menganalisis diantara biaya produksi dan penjualan terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar. Populasi dari penelitian ini adalah UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar sebanyak 113 perusahaan. Metode penelitian ini menggunakan metode statistik deskriptif dan kasual. Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini diketahui biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar. Penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar.
2. Sepfito Aditya Bayu, 2019, “Pengaruh Modal Usaha, Jumlah Tenaga Kerja Dan Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Usaha Mikro “. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh modal usaha, jumlah tenaga kerja dan pemasaran online terhadap pendapatan usaha mikro, menganalisis pengaruh modal usaha terhadap pendapatan usaha mikro, menganalisis pengaruh jumlah tenaga kerja terhadap pendapatan

usaha mikro, menganalisis pengaruh pemasaran onlien terhadap pendapatan usaha mikro. Populasi dari penelitian ini adalah usaha mikro Undip dan UGM. Uji Instrument yang dipakai adalah uji Validitas dan uji Reliabilitas. Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis deskriptif kuantitatif, uji t, uji f. Hasil penelitian ini diketahui modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro, jumlah tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro dan pemasaran online berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha mikro.

3. Helmalia, 2018, “Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang “. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM di kota Padang, menganalisis pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan pada UMKM di Kota Padang. Populasi dari penelitian ini sebanyak 52 UMKM. Hasil penelitian ini diketahui e-commerce berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Padang.
4. M. Arifin Azhari, 2020, “Pengaruh Modal, Biaya Produksi, Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Bunga Zahra Cake And Cookies Kota Jambi “. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh modal, biaya produksi, dan volume penjualan terhadap pendapatan bunga zahra cake and cookies, menganalisis pengaruh modal terhadap pendapatan pada Bunga Zahra Cake and Cookies Kota Jambi, menganalisis pengaruh biaya produksi terhadap pendapatan pada Bunga Zahra Cake and Cookies Kota Jambi, menganalisis pengaruh volume penjualan terhadap pendapatan pada Bunga Zahra Cake and Cookies Kota Jambi, dan untuk menganalisis pengaruh modal, biaya produksi volume penjualan terhadap pendapatan pada Bunga Zahra Cake and Cookies Kota Jambi. Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan uji asumsi klasik, uji instrumen data dan juga regresi linear berganda. Hasil penelitian ini diketahui modal berpengaruh signifikan

terhadap pendapatan pada Bunga Zahra Cake and Cookies Kota Jambi, biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pada Bunga Zahra Cake and Cookies Kota Jambi, volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pada Bunga Zahra Cake and Cookies Kota Jambi, dan modal, biaya produksi, volume penjualan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap pendapatan pada Bunga Zahra Cake and Cookies Kota Jambi.

5. Aldi Pressanggeni, 2019, “Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Makanan Dan Minuman Di Kecamatan Karanganyar Kabupaten Karanganyar“. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran pemasaran terhadap perkembangan usaha makanan dan minuman, menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap perkembangan usaha makanan dan minuman di Kecamatan Karanganyar Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini mengambil sample 91 UMKM di Kabupaten Karanganyar. Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis deskriptif kuantitatif, uji t dan uji f. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda. Hasil penelitian ini diketahui bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha makanan dan minuman di Kecamatan Karanganyar Kabupaten Karanganyar.
6. Hanny Mariani, 2018, “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Bidang Kuliner Di Wilayah Bogor Timur“. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap keberhasilan UMKM bidang kuliner di wilayah Bogor Timur, menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap keberhasilan UMKM Bidang Kuliner Di Wilayah Bogor Timur. Penelitian ini mengambil 6 sampel UMKM Bidang Kuliner di Wilayah Bogor Timur. Teknik analisis data penelitian menggunakan analisis regresi linear sederhana Hasil penelitian ini diketahui strategi pemasaran

berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM bidang kuliner di wilayah Bogor Timur.

7. Erwin Fahmi, 2019, “Pengaruh Modal, Tenaga Kerja Dan Produksi Terhadap Tingkat Pendapatan Di Home Industri UD Bagus Bakery Desa Serapuh Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun “. Tujuan dari penelitian ini adalah untk mengetahui pengaruh modal, tenaga kerja dan produksi terhadap tingkat pendapatan di di Home Industri UD Bagus Bakery Desa Serapuh Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun, menganalisis pengaruh modal terhadap tingkat pendapatan di Home Industri UD Bagus Bakery Desa Serapuh Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun, menganalisis pengaruh tenaga kerja terhadap tingkat pendapatan di Home Industri UD Bagus Bakery Desa Serapuh Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun, menganalisis pengaruh produksi terhadap tingkat pendapatan di Home Industri UD Bagus Bakery Desa Serapuh Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun, dan untuk menganalisis pengaruh modal, tenaga kerja dan produksi terhadap tingkat pendapatan di Home Industri UD Bagus Bakery Desa Serapuh Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun. Penelitian ini menggnakan populasi karyawan sebanyak 36 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif. Metode analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini diketahui modal berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan di Home Industri UD Bagus Bakery Desa Serapuh Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun, tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan di Home Industri UD Bagus Bakery Desa Serapuh Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun, produksi berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan di Home Industri UD Bagus Bakery Desa Serapuh Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun, dan modal, tenaga kerja, produksi berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap tingkat pendapatan

di Home Industri UD Bagus Bakery Desa Serapuh Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun.

8. Khoiria Rizky Tanjung, 2018, “Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Fotocopy Palano Jaya Medan Helvetia“. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan usaha fotocopy Palano Jaya Medan Helvetia, menganalisis pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap pendapatan pada usaha fotocopy Palano Jaya Medan Helvetia, menganalisis pengaruh pemasaran terhadap pendapatan pada usaha fotocopy Palano Jaya Medan Helvetia, dan untuk menganalisis pengaruh perilaku kewirausahaan dan pemasaran terhadap pendapatan pada usaha fotocopy Palano Jaya Medan Helvetia. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, uji validitas, uji reliabilitas, uji t dan uji f. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini diketahui perilaku kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pada usaha fotocopy Palano Jaya Medan Helvetia, pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha fotocopy Palano Jaya Medan Helvetia.
9. Ramazani, 2015, “Analisis Pengaruh Produksi Terhadap Pendapatan Pengrajin Papan Bunga Di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat “. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produksi terhadap pendapatan pengrajin papan bunga, menganalisis pengaruh produksi terhadap pendapatan pengrajin Papan Bunga di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. Teknik pengumpulan data menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini diketahui produksi berpengaruh positif terhadap pendapatan pengrajin papan bunga di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.
10. Walia Nabila Sa’ad, 2017, “Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandar Lampung DiTinjau Dari Etika Bisnis Islam “. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan

Sentra Industri Keripik Pisang, menganalisis pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan pada Sentra Industri Keripik Pisang Bandar Lampung . Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, uji validitas dan uji rehabilitas, uji t dan uji f. Metode analisis data penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Hasil penelitian ini diketahui e-commerce berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandar Lampung.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Yonnade Arga Putra (2014)	Variabel biaya produksi dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba perusahaan.	a.variabel bebas : biaya produksi dan penjualan	a. variabel terikat : laba perusahaan b. obyek penelitian c. tahun penelitian
2.	Sepfito Aditya Bayu (2019)	Modal usaha, jumlah tenaga kerja dan pemasaran online sangat berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro.	a. varibel bebas : pemasaran dan jumlah tenaga kerja b. variabel terikat : pendapatan	a. variabel bebas : modal usaha b. tahun penelitian c. obyek penelitian
3.	Helmalia (2018)	E-commerce berpengaruh signifikan terhadap	a. variabel bebas : penjualan b. variabel	a. obyek penelitian b. tahun penelitian

No	Nama	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaaan
		pendapatan UMKM.	terikat : tingkat pendapatan	
4.	M.Arifin Azhari (2020)	Modal, biaya produksi, dan volume penjualan memiliki	a. variabel bebas : biaya produksi	a. variabel bebas : modal dan volume penjualan b. tahun penelitian c. obyek penelitian
		pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pada bunga zahra cake and cookies.	b. variabel terikat : pendapatan	
5.	Aldi Pressangge ni (2019)	bauran pemasaran produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha makanan dan minuman.	a. variabel bebas : bauran pemasaran	a. variabel terikat : perkembangan usaha makanan dan minuman b. obyek penelitian c. tahun penelitian
6.	Hanny Mariani (2018)	Strategi pemasaran berpengaruh	a. variabel bebas : strategi pemasaran	a. variabel terikat : keberhasilan UMKM dibidang kuliner

No	Nama	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		positif terhadap keberhasilan UMKM bidang kuliner di wilayah Bogor Timur.		b. obyek penelitian c. tahun penelitian
7.	Erwin Fahmi (2019)	modal, tenaga kerja dan produksi sangat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pada UD Bagus Bakery.	a. variabel bebas : tenaga kerja dan produksi b. variabel terikat : tingkat pendapatan	a. variabel bebas : modal b. obyek penelitian c. tahun penelitian
8.	Khoiria Rizky Tanjung (2018)	perilaku kewirausahaan dan pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha fotocopy Palano Jaya Medan Helvetia.	a. variabel bebas : pemasaran b. variabel terikat : pendapatan	a. variabel bebas : perilaku kewirausahaan b. obyek penelitian c. tahun penelitian
9.	Ramazani (2015)	produksi berpengaruh positif terhadap pendapatan pengrajin papan	a. variabel bebas : produksi b. variabel terikat :	a. obyek penelitian b. tahun penelitian

No	Nama	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		bunga di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat.	pendapatan	
10.	Walia Nabila Sa'ad (2017)	e-commerce berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandar Lampung.	A. variabel bebas : penjualan b. variabel terikat : peningkatan pendapatan	a. obyek penelitian b. tahun penelitian

Secara keseluruhan persamaan dari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah variabel dependen, Persamaan yang ada pada penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu variabel dependen yang sama yaitu biaya produksi, dan bauran pemasaran, variabel independen yang sama yaitu tingkat pendapatan, dan teknik analisis data yang sama analisis regresi linier berganda contoh pada penelitian Yonnade Arga Putra (2014), Erwin Fahmi (2019), M.Arifin Azhari (2020).

Sedangkan perbedaannya yaitu pada obyek penelitian, tahun penelitian dan juga perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu penelitian dilakukan pada kondisi covid 19.

Kelebihan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu menganalisis pengaruh sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran terhadap tingkat pendapatan pada UMK penjualan produk kue basah pada masa pandemi.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Manajemen Pemasaran

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Philip Kotler , “ Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang diinginkan dengan pasar sasaran untuk tujuan mencapai tujuan organisasi ”. Ini sangat bergantung pada perancangan organisasi yang menawarkan dalam hal target kebutuhan pasar dan keinginan dan menggunakan harga, komunikasi dan distribusi yang efektif untuk menginformasikan, memotivasi dan melayani pasar. Jadi bisa dikatakan bahwa manajemen pemasaran adalah tugas penting dan kreatif untuk memberikan kepuasan konsumen dan dengan demikian menghasilkan laba melalui permintaan konsumen. Manajer pemasaran harus memiliki perencanaan atas pelaksanaan, koordinasi, dan kontrol dalam kaitannya dengan fungsi pemasaran riset pemasaran, perencanaan dan pengembangan produk, penetapan harga, iklan, penjualan dan distribusi untuk tujuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen, bisnis dan masyarakat.

2. Tujuan Manajemen Pemasaran

a. Menciptakan Permintaan atau Demand

Tujuan pertama manajemen pemasaran adalah untuk menciptakan permintaan melalui berbagai cara. membuat cara terencana untuk mengetahui preferensi dan selera konsumen terhadap barang atau jasa yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

b. Kepuasan Pelanggan

Manajer pemasaran harus mempelajari permintaan pelanggan sebelum menawarkan barang atau jasa apa pun kepada mereka. Yang perlu dipelajari adalah bahwa menjual barang atau jasa tidak penting

kepuasan pelanggan yang didapatkan. Pemasaran modern berorientasi pada pelanggan. Dimulai dan diakhiri dengan pelanggan.

c. Pangsa Pasar atau Market Share

Setiap bisnis bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasarnya, yaitu rasio penjualannya terhadap total penjualan dalam perekonomian. Misalnya, Pepsi dan Coke saling bersaing untuk meningkatkan pangsa pasar mereka. Untuk ini, mereka telah mengadopsi iklan inovatif, pengemasan inovatif, kegiatan promosi penjualan, dll.

d. Peningkatan Keuntungan

Departemen pemasaran adalah satu-satunya departemen yang menghasilkan pendapatan untuk bisnis. Keuntungan yang cukup harus diperoleh sebagai hasil dari penjualan produk yang ingin memuaskan. Jika perusahaan tidak menghasilkan laba, maka tidak akan mampu bertahan. Selain itu, laba juga diperlukan untuk pertumbuhan dan diversifikasi perusahaan.

e. Pencitraan Produk yang Baik di Mata Publik

Untuk membangun citra produk yang baik di mata publik adalah tujuan manajemen pemasaran lainnya. Jika departemen pemasaran menyediakan produk-produk berkualitas kepada pelanggan dengan harga yang wajar, tentunya akan menciptakan citra yang baik pada pelanggan.

f. Menciptakan Pelanggan Baru

Bisnis didirikan untuk menjual produk atau layanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, pelanggan adalah dasar dari sebuah bisnis. Pelangganlah yang memberikan pendapatan kepada bisnis dan menentukan apa yang akan dijual perusahaan. Menciptakan pelanggan baru berarti mengeksplorasi dan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan secara lebih luas. Jika suatu perusahaan ingin berkembang dan bertahan dalam

bisnis, menciptakan pelanggan baru adalah hal yang sangat krusial, Anda harus menganalisis dan memahami keinginan mereka.

g. Memuaskan Pelanggan

Menciptakan pelanggan baru tidak cukup. Bisnis harus mengembangkan dan mendistribusikan produk dan layanan yang memenuhi ekspektasi pelanggan untuk memberikan kepuasan mereka. Jika pelanggan tidak puas, bisnis tidak akan dapat menghasilkan pendapatan untuk memenuhi biaya dan untuk mendapatkan pengembalian modal yang wajar.

Pelanggan yang puas bukan berarti hanya membeli produk karena sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Mereka juga akan melakukan rekomendasi pada orang-orang terdekat mereka, ini berarti produk Anda akan lebih dikenal banyak orang.

3. Karakteristik Manajemen Pasar

- a. Berorientasi pada pelanggan
- b. Riset Pasar
- c. Membuat Rencana Pemasaran
- d. Pemasaran yang sistematis
- e. Kepuasan Pelanggan

4. Konsep Manajemen Pemasaran

Ada 6 konsep modern pemasaran yang sangat penting dari sudut pandang marketing modern antara lain :

a. Konsep Produksi

Bisnis yang menggunakan konsep produksi umumnya terlalu sempit fokus pada kegiatan produksi mereka sendiri. Karena menurut konsep ini, konsumen akan membeli produk yang telah diproduksi perusahaan dan sudah dijual ke pasar.

b. Konsep Produk

Sesuai dengan nama konsep ini, perusahaan akan memberikan arti penting pada fitur atau kualitas produk. Perusahaan memikirkan pengembangan bisnis jangka panjang dengan membuat produk yang hanya cocok dengan standar kualitas terbaik, yang diberikan kepada konsumen.

c. Konsep Penjualan

Tidak cukup bagi produsen untuk membuat barang dan menunggu pelanggan untuk membeli produknya. Jadi, menurut konsep ini sangat penting untuk memberi tahu konsumen tentang produk yang sudah dipasarkan melalui berbagai cara promosi.

d. Konsep Pemasaran

Pembeli adalah raja. Jadi sangat penting bagi produsen untuk menghasilkan produk yang diinginkan konsumen, sehingga konsumen mendapatkan kepuasan dan produsen mendapat untung. Dengan melakukan pemasaran seluas-luasnya akan memberikan visibilitas produk yang lebih dikenal oleh konsumen.

e. Konsep Konsumen

Konsep konsumen ini adalah memberikan perhatian kepada konsumen secara individu. Contohnya seperti memberikan pelayanan terbaik pada setiap pelanggan yang menggunakan produk dan jasa kita. Dengan begini tentunya membuat pelanggan merasa dihargai dan memberikan kepuasan.

f. Konsep Hubungan Sosial

Konsep ini berarti bahwa perusahaan tidak hanya bekerja untuk konsumen tetapi juga untuk masyarakat. Jadi perusahaan harus menyeimbangkan antara keuntungan perusahaan, keinginan konsumen dan kesejahteraan masyarakat.

2.2.2 Sistem Pengendalian Produksi

1. Pengertian Produksi

Menurut Sofjan Assauri (2016:123), "proses produksi adalah suatu kegiatan yang melibatkan tenaga manusia, bahan serta peralatan untuk menghasilkan produk yang berguna". Menurut Reksohadiprodjo (2010:153), " proses produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor yang ada seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku, dan dana agar lebih bermanfaat.

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Kegiatan menambah daya guna suatu benda tanpa mengubah bentuknya dinamakan produksi jasa. Sedangkan kegiatan menambah daya guna suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuknya dinamakan produksi barang. Menurut Sofyan Assauri, produksi didefinisikan sebagai berikut "Produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa, untuk kegiatan mana dibutuhkan faktor-faktor produksi dalam ilmu ekonomi berupa tanah, tenaga kerja, dan skill (*organization, managerial, dan skills*) (Assauri, Sofyan, Manajemen Produksi, Penerbit FE-UI, Jakarta, 1980).

Berdasarkan definisi diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa proses produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor yang

ada seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku dan dana agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Untuk menjaga kelancaran proses produksi, maka perusahaan harus menyediakan bahan baku yang cukup dan merencanakannya dari jauh-jauh hari sebelum proses produksi dimulai. Untuk dapat mengatur persediaan dalam tingkat yang tepat memenuhi kebutuhan dalam jumlah, mutu dan waktu yang tepat serta biaya yang rendah seperti yang diharapkan, maka diperlukan bahan baku yang baik.

2. Pengertian Sistem Pengendalian Produksi

Menurut Kauro Ishikurwa dan David J. Lu pengendalian produksi adalah “Metode untuk mengembangkan, mendesain, memproduksi dan memberikan jasa produk yang paling ekonomis, paling berguna dan selalu memuaskan bagi konsumen” (2006:143).

Sesuai definisi di atas yang dimaksud dengan pengendalian produksi adalah merupakan suatu kegiatan manajemen yang tujuannya untuk menjaga dan mengarahkan agar tujuan proses produksi tidak menyimpang dan dapat menghasilkan suatu produk atau jasa yang berkualitas dan memiliki nilai guna serta memiliki kepuasan tersendiri bagi konsumen. Sesuai dengan kegiatan dalam suatu perusahaan maka perusahaan harus diarahkan untuk menjamin kontinuitas dan aktivitas kegiatan untuk menyelesaikan produk sesuai dengan bentuk dan waktu yang diinginkan dalam batas-batas yang direncanakan. Untuk memperlancar kegiatan produksi dibutuhkan pengendalian proses produksi.

Adapun indikator sistem pengendalian produksi menurut Agus Sartono (2008 : 453) antara lain :

a. Pengendalian proses produksi

Agar proses produksi dapat berjalan dengan baik dan lancar diperlukan pengendalian yang baik. Pengendalian proses produksi meliputi kapan produksi dimulai dan kapan produksi diakhiri sehingga harus direncanakan.

b. Pengendalian bahan baku

Bahan baku merupakan masalah yang cukup dominan dibidangproduksi. Perusahaan menghendaki jumlah persediaan yang cukupagar jalannya produksi tidak terganggu, maka dengan adanya pengendalian bahan baku diharapkan kegiatan produksi dapat berjalan lancar serta dapat menentukan standart bahan baku yang baik, mengenai apa yang harus dipesan, berapa banyaknya pesannya dan kapan pemesanan dilakukan.

c. Pengendalian tenaga kerja

Pengendalian tenaga kerja merupakan salah satu unsur yang penting di dalam pengendalian produksi. Berhasil tidaknya suatu proses produksi akan tergantung kepada kemampuan kerja dan kesungguhan kerja dari para karyawan perusahaan. Sehingga pengelolaan tenaga kerja atau sumber daya manusia merupakan bidang keputusan yang penting dalam hubungannya dengan kuantitas dan kualitas produk.

d. Pengendalian biaya produksi dan perbaikan

Para pengawas bagian produksi setiap saat harus melakukan pengawasan serta membuat keputusan-keputusan yang berhubungan dengan keseimbangan antara pekerja, bahan baku dan biaya serta tindakan perbaikan.

e. Pengendalian kualitas

Pengendalian kualitas adalah aktivitas untuk menjaga dan mengarahkan agar kualitas produk perusahaan dapat dipertahankan sebagaimana yang telah direncanakan.

2.2.3 Bauran Pemasaran

1. Pengertian Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (marketing mix) mempunyai peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan pasar, oleh karena itu bauran pemasaran (marketing mix) dikatakan sebagai suatu perangkat yang akan

menunjukkan tingkat keberhasilan pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 47).

Buchari Alma (2011:205) mengatakan bahwa marketing mix merupakan suatu rencana yang mengkombinasikan aktivitas-aktivitas marketing, agar dicari kombinasi maksimum sehingga menghadirkan produk yang diharapkan konsumen.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran (marketing mix) merupakan suatu konsep untuk menyusun strategi pemasaran di perusahaan dalam mencapai tujuannya di pasar sasaran, sehingga mendapatkan kepuasan dari hasilnya tersebut.

a. Konsep Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller, 2009:12, ada beberapa konsep yang menjadi perhatian atau fokus dari pemasaran.

1. Kebutuhan adalah suatu keadaan ketika dirasakannya ketidakpuasan dasar tertentu yang sifatnya ada dan terletak dalam tubuh dan kondisi manusia. Misalnya kebutuhan akan sandang, pangan dan papan. Kebutuhan ini ada dalam susunan biologi dan kondisi manusia.
2. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam tadi. Misalnya, setiap orang membutuhkan makan, tetapi dapat dipuaskan melalui jenis makanan yang berbeda, seperti orang yang satu makan roti, yang lainnya makan soto. Meskipun kebutuhan manusia sedikit namun keinginan mereka banyak. Keinginan manusia terus menerus dibentuk dan dibentuk kembali oleh kekuatan masyarakat dan institusi, termasuk tempat-tempat ibadah, sekolah-sekolah, keluarga-keluarga dan korporasi bisnis.
3. Permintaan adalah keinginan terhadap produk-produk tertentu yang didukung oleh suatu kemampuan dan kemauan untuk membelinya. Keinginan akan menjadi permintaan, jika didukung oleh kekuatan membeli. Contoh, banyak orang ingin membeli mobil Mercedes, namun hanya sedikit orang yang mampu dan mau membelinya. Untuk itu, perusahaan harus mengukur berapa yang akan secara aktual mau dan

mampu membeli, bukan hanya berapa banyak orang yang ingin produk mereka.

b. Saluran Pemasaran

Menurut Kotler Keller, 2009:14, untuk mencapai pasar sasaran, pemasar menggunakan tiga jenis saluran pemasaran.

1. Saluran Komunikasi menyampaikan dan menerima pesan dari pembeli sasaran. Saluran ini mencakup surat kabar, majalah, radio, televisi, surat, telepon, papan iklan, poster, flier, CD, kaset rekaman, dan internet. Selain itu, sama seperti kita menyampaikan pesan dengan ekspresi wajah dan pakaian, perusahaan berkomunikasi melalui tampilan toko eceran mereka, tampilan situs internet mereka, dan banyak media lainnya. Pemasar semakin banyak menggunakan saluran dua arah seperti email, blog, dan nomor layanan bebas pulsa, dibandingkan saluran satu arah seperti iklan.
2. Saluran Distribusi digunakan untuk menggelar, menjual, atau menyampaikan, produk fisik atau jasa kepada pelanggan atau pengguna. Saluran distribusi mencakup distributor, pedagang grosir, pengecer dan agen.
3. Saluran Layanan juga digunakan untuk melakukan transaksi dengan calon pembeli. Saluran layanan mencakup gudang, perusahaan transportasi, bank, dan perusahaan asuransi yang membantu transaksi. Pemasar menghadapi tantangan dalam memilih bauran terbaik antara saluran komunikasi, distribusi, dan layanan untuk penawaran mereka.

c. Bauran Pemasaran

Menurut MC Carthy dalam Kotler dan Keller (2009:63) mengkalsifikasikan “Marketing Mix menjadi empat kelompok yang disebut 4P tentang pemasaran yaitu Product (produk), Price (harga), Place (tempat), dan Promotion (promosi).

Adapun indikator pada bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012:25) antara lain :

1. Produk (product) Produk merupakan alat bauran pemasaran yang paling mendasar yang terdiri dari keanekaragaman produk, kualitas, desain, bentuk,

merek, kemasan, pelayanan, jaminan dan pengembalian atau juga merupakan kebutuhan dan keinginan pembeli. Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk menurut Kotler dan Armstrong (2008:62) ialah “kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran”.

2. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Harga bisa diungkapkan dengan berbagai istilah, misalnya iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, gaji, upah, honorarium, SPP, dan sebagainya. Dari sudut pandang pemasaran, harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sementara itu, dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Penetapan harga merupakan tindakan penyeimbangan karena harus mendukung biaya sekaligus menarik konsumen. Oleh karena itu, penetapan harga yang berhasil berarti mencari harga yang menguntungkan di antara kedua kebutuhan tersebut.

3. Tempat merupakan suatu struktur yang menggambarkan alternatif saluran yang dipilih dan menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda dari berbagai macam perusahaan. Bauran tempat dalam pemasaran terkait dengan saluran distribusi atau saluran pemasaran. Saluran pemasaran adalah beberapa organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses mengupayakan agar produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi.

4. Promosi adalah alat bauran pemasaran keempat merupakan komunikasi yang meliputi kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran.

Pengertian atau definisi penjualan adalah proses dimana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak. Penjualan barang meliputi barang yang diproduksi perusahaan untuk dijual dan barang yang dibeli untuk dijual kembali seperti barang dagang yang dibeli pengecer atau lainnya. Menurut definisi Asri, (2006) Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia tentang penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan. berguna untuk mencapai tujuan perusahaan memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan Menurut Kotler, (2012) penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan dan menawarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Perusahaan berdiri bertujuan untuk meningkatkan laba penjualan dan menghasilkan laba yang optimal. Perubahan yang sangat cepat dalam dunia bisnis perlu diperhatikan dalam menjalankan usahanya. Perusahaan harus dapat mengantisipasi segala kemungkinan yang akan dihadapi, oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif. Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut (Tjiptono, 2006).

Berdasarkan beberapa definisi tentang penjualan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan. berguna untuk mencapai tujuan perusahaan memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Kotler 1993:30 menyatakan adapun indikator indikator penjualan sebagai berikut :

a. Harga

Harga merupakan satuan terpenting. Ini karena harga merupakan suatu nilai tukar dari sebuah produk atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Selain itu, harga merupakan salah satu penentu dari keberhasilan perusahaan dalam menjalani usahanya. Perusahaan yang berhasil dinilai dari seberapa besar perusahaan itu bisa mendapatkan keuntungan dari besaran harga yang ditentukannya dalam menjual produk atau jasanya.

b. Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Promosi mencakup metode komunikasi yang digunakan pemasar untuk memberikan informasi tentang produknya. Informasi bisa bersifat verbal dan visual.

c. Kualitas

Kualitas adalah kesesuaian antara spesifikasi suatu produk dengan kebutuhan konsumen, atau tingkat baik buruknya sebuah produk (barang atau jasa) di mata penggunanya.

d. Saluran Distribusi

Saluran distribusi secara umum adalah suatu jalur pemasaran yang akan ditentukan oleh pihak perusahaan dalam mendistribusikan ataupun memberikan pelayanan terkait barang kepada pelanggannya. Saluran distribusi bisa digunakan oleh perusahaan agar tingkat produksi produknya bisa sampai ke pelanggan atau pembeli dengan baik.

2. Jenis dan Bentuk Penjualan

Menurut Swastha (2002), terdapat beberapa jenis penjualan yang biasa dikenal dalam masyarakat diantaranya adalah, trade selling, missionary selling, technical selling, new businies selling dan responsive selling. Adapun

penjelasan dari klasifikasi di atas yang dikemukakan dalam Swatha, (2002) yaitu:

- a. Trade Selling merupakan penjualan yang terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka, Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru, jadi titik beratnya adalah para penjualan melalui penyalur bukan pada penjualan ke pembeli akhir.
- b. Missionary Selling, penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan.
- c. Technical Selling yaitu berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.
- d. New Business Selling yaitu berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli menjadi pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.
- e. Responsive Selling yaitu setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalin hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.

3. Tujuan Penjualan

Pengusaha atau penjual bisa sukses apabila memilih satu tujuan, dan tujuan tersebut akan menjadi kenyataan apabila dilaksanakan dengan kemampuan dan kemauan yang memadai pada umumnya perusahaan mempunyai tujuan mendapatkan laba tertentu dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkan untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut terealisasi apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Swastha dan Irwan (2004) mengemukakan bahwa perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualannya, yaitu:

a. Mencapai Volume Penjualan

Volume penjualan adalah suatu studi mendalam tentang masalah penjualan bersih dari laporan rugi laba perusahaan (Swastha dan Irawan, 2005: 60-61). Volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan

dari konsep pemasaran, artinya laba itu dapat diperoleh dengan melalui pemuasan konsumen. Laba ini, perusahaan dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih besar pada konsumen, serta dapat memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan.

b. Mendapatkan Laba

Setiap perusahaan tentunya ingin mendapatkan laba dari hasil penjualannya. Laba itu diperoleh dari pengurangan pendapatan atau hasil penjualan dengan biaya produksi, jika perusahaan tidak mendapatkan laba dalam penjualannya maka akan mengalami gulung tikar, karena uang perusahaan tidak bisa berputar untuk biaya produksi selanjutnya.

c. Menunjang Pertumbuhan Perusahaan

Hal ini perlu adanya kerjasama yang rapi di antara fungsionaris bagian keuangan yang menyediakan dananya, bagian dari personalia menyediakan tenaganya, bagian promosi dan sebagainya, maupun dengan cara penyalur.

2.2.4 Tingkat Pendapatan

Menurut Sodikin dan Riyono (2014:37), “Penghasilan (income) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama periode pelaporan dalam bentuk arus masuk atau peningkatan aset, atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Penghasilan meliputi pendapatan (revenue) dan keuntungan (gain). Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti dan sewa”.

Menurut Kartikahadi, dkk (2012:186), Penghasilan (income) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.

Dilihat dari definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah jumlah masukan yang didapat atas jasa yang diberikan oleh perusahaan yang bisa meliputi penjualan produk kepada pelanggan yang diperoleh dalam suatu aktivitas operasi suatu perusahaan untuk meningkatkan nilai aset serta menurunkan liabilitas yang timbul dalam penyerahan barang atau produk.

Menurut Boediono pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

1. Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki bersumber pada hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
2. Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan dipasar faktor produksi.
3. Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan.

Tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat. Hubungan antara pendapatn dan konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataan menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan, dan sebaliknya pendapatan turun, pengeluaran konsumsi juga turun. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya. Adapun Indikator tingkat pendapatan menurut Bramastuti (2009;48)antara lain :

a. Penjualan

Penjualan merupakan aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa. Dalam proses penjualan, penjual atau penyedia barang dan jasa memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli untuk suatu harga tertentu.

b. Waktu Operasional Usaha

Waktu operasional usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan sehingga pada produktivitasnya sebuah produk dapat menekankan biaya produksi.

c. Keuntungan

Keuntungan adalah keadaan dimana pendapatan lebih besar dari pada modal yang dikeluarkan. Keuntungan ini didapat dari sejumlah faktor hadir dari mulai awal kegiatan itu berlangsung sampai perhitungan akhirnya.

2.2.5 Pengertian UMKM

Dalam Bab 1, Undang-Undang Nomor 1 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) 2020 Tahun 2008 yang dimaksud dengan usaha mikro, kecil dan menengah adalah :

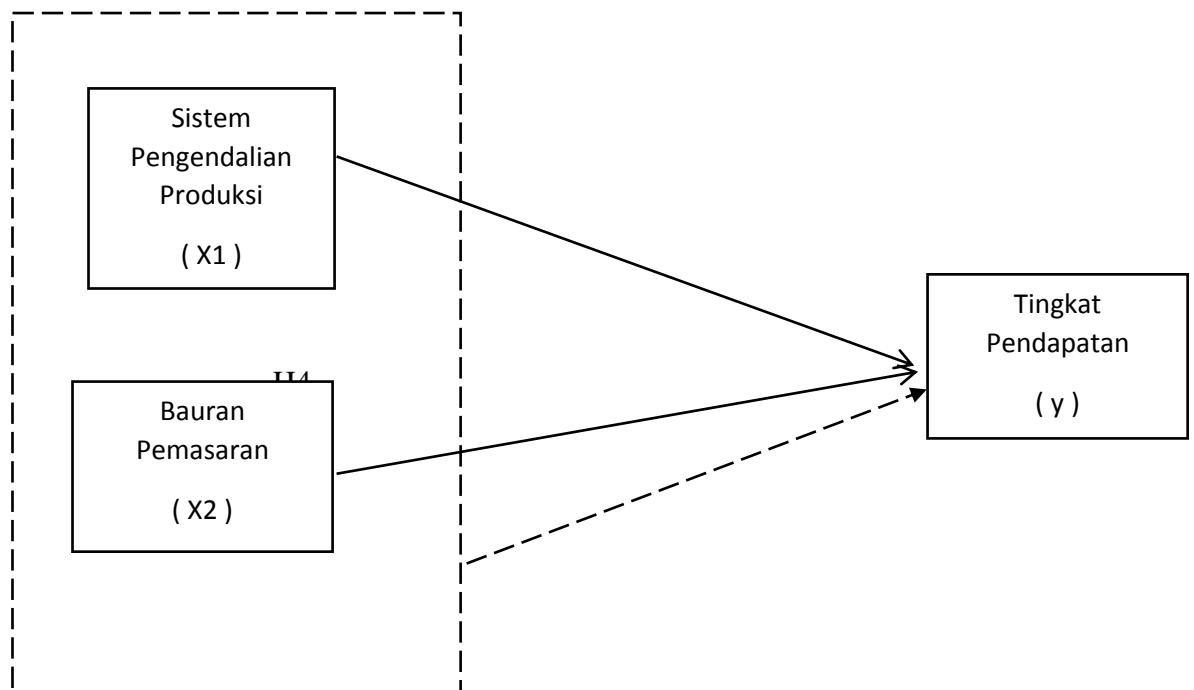
- a. Usaha mikro adalah usaha produksi yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha perseorangan yang memenuhi standar usaha mikro yang diatur dalam undang-undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif mandiri, yang terdiri dari individu atau badan usaha terbuka (yaitu anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasi dan menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini.
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi berorientasi produksi mandiri yang dioperasikan oleh perorangan atau badan usaha. Perusahaan atau entitas ini tidak dimiliki, dikendalikan, atau secara langsung atau tidak langsung dimiliki oleh anak perusahaan dari perusahaan kecil atau perusahaan besar. Jumlah aset bersih atau hasil penjualan harus sesuai dengan Peraturan hukum ini.

Menurut definisi di atas, pada hakikatnya usaha mikro, kecil, dan menengah adalah suatu bentuk usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha perseorangan yang memenuhi standar usaha mikro, kecil, dan menengah (Anggraeni, 2013).

2.2 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud menganalisa dampak covid-19 terhadap penjualan usaha mikro kecil dan menengah. Penjualan Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan hal yang sangat penting karena dapat membangun perekonomian masyarakat sekitar.

GAMBAR 2.2
KERANGKA KONSEPTUAL



Keterangan :

—————→ Secara persial

- - - - -→ Secara simultan

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2009), menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan karena sementara jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori.

1. Sistem Pengendalian Produksi Terhadap Tingkat pendapatan

Sistem Pengendalian Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor yang ada seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku, dan dana agar lebih bermanfaat Reksohadiprodjo (2010:153).

Selaras dengan penelitian Ramazani (2015), M. Arifin Azhari (2020), Erwin Fahmi (2019) yang menunjukkan hasil bahwa sistem pengendalian produksi berpengaruh secara parsial terhadap tingkat pendapatan.

H1 : Diduga sistem pengendalian produksi memiliki pengaruh terhadap tingkat pendapatan.

2. Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan

Bauran Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan pasar, oleh karena itu bauran pemasaran (marketing mix) dikatakan sebagai suatu perangkat yang akan menunjukkan tingkat keberhasilan pemasaran, Kotler dan Armstrong (2016: 47).

Selaras dengan penelitian Sepfito Aditya Bayu (2019), Khoiria Rizky Tanjung (2018), Hanny Mariani (2018) yang menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap tingkat pendapatan.

H2 : Diduga bauran pemasaran memiliki pengaruh terhadap tingkat pendapatan.

3. Sistem Pengendalian Produksi dan Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan

Tingkat pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti dan sewa, Sodikin dan Riyono (2014:37).

Selaras dengan penelitian M. Arifin Azhari (2020), Erwin Fahmi (2019), Walia Nabila Sa'ad (2017) yang menunjukkan bahwa sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap tingkat pendapatan.

H3: Dari penelitian terdahulu diatas diduga sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran memiliki pengaruh secara simultan terhadap tingkat pendapatan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Singkat Obyek Penelitian

Objek penelitian dalam skripsi ini adalah UMK Penjual Kue Basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi. Di Desa Kampung Melayu terdapat banyak UMK penjualan produk kue basah disana dari yang menjual dirumah ataupun dijual dipasar atau etalase. UMK kue basah di Desa Kampung Melayu memproduksi sampai dengan memasarkan masih menggunakan cara yang tradisional. UMK penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi dikelola, diproduksi dan memasarkan sendiri tanpa adanya struktur organisasi. Untuk pengendalian produksinya sendiri masyarakat di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi masih terjadi kelebihan dpada bahan baku sehingga mengeluarkan biaya produksi yang berlebihan. Dengan adanya penelitian ini dalam aspek produksinya masyarakat di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi mempersiapkan bahan baku sesuai dengan pesanan dan juga bahan baku disiapkan sesuai dengan produk yang akan dijual keesokan harinya. Ada beberapa pelaku UMK penjualan produk kue basah yang belum mengetahui tentang jaringan internet. Tetapi itu tidak menjadi penghalang untuk tetap memasarkan produk kue basah melalui media sosial karena dibantu oleh anak kandung, saudara ataupun tetangga. UMK penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi kurang perhatiannya sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran. Oleh karena itu secara otomatis dengan situasi pandemi ini produksi sampai dengan memasarkan mengalami kendala hingga pendapatan yang dipeorleh oleh UMK penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi tidak seperti sebelum adanya pandemi covid 19 ini. Di Desa kampung melayu mayoritas masyarakatnya memiliki keterampilan membuat kue dan biasanya kemampuan membuat kue basah itu resepnya turun temurun dari orangtua dulu. Dengan begitu

penjual kue basah yang ada didesa kampung melayu memiliki resep yang berbeda-beda dan macam-macam kue basahnya juga berbeda dengan yang lainnya sehingga dari situ menimbulkan persaingan usaha. Dengan adanya persaingan usaha itu para penjual kue basah didesa kampung melayu memiliki inisiatif untuk menambahkan varian dari kue basah mereka.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016:135) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi merupakan konsumen jajanan kue basah di kampung melayu kecamatan Banyuwangi.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2008: 118), Sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah Populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan jenis *probability sampling* yaitu metode *random sampling*. Menurut Sugiyono (2017:126) *Random Sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Oleh karena itu jumlah responden dapat diketahui dari jumlah sub indikator variabel yaitu jumlah sub indikator variabel dikalikan 9 (12 sub indikator variabel X 9). Jadi jumlah responden yang digunakan adalah 108 orang.

3.3 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian ilmiah yang mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori-teori serta hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Arikunto mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka,

mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

Sugiyono mengemukakan metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:38) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu :

1. Variabel Bebas (Independent variabel)

Menurut Sugiyono Variabel Independen/Variabel bebas adalah Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah :

- a. Sistem Pengendalian Produksi (X_1)
- b. Bauran Pemasaran (X_2)

2. Variabel Terikat (Dependend Variabel)

Menurut Sugiyono Variabel Dependen/Variabel Terikat adalah Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah Tingkat Pendapatan (Y).

3.5 Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Sitstem Pengendalian Produksi

SitstemPengendalian Produksi adalah merupakan suatu kegiatan manajemen yang tujuannya untuk menjaga dan mengarahkan agar tujuan proses produksi tidak menyimpang dan dapat menghasilkan suatu produk

atau jasa yang berkualitas dan memiliki nilai guna serta memiliki kepuasan tersendiri bagi konsumen. Indikator sistem pengendalian produksi antara lain :

1. Pengendalian proses produksi
2. Pengendalian bahan baku
3. Pengendalian tenaga kerja
4. Pengendalian biaya produksi dan perbaikan
5. Pengendalian kualitas

3.5.2 Bauran Pemasaran

Bauran Pemasaran adalah kegiatan penyaluran barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen, yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli. Indikator bauran pemasaran antara lain :

1. Produk
2. Harga
3. Tempat
4. Promosi

3.5.3 Tingkat Pendapatan

Tingkat Pendapatan adalah jumlah masukan yang didapat atas jasa yang diberikan oleh perusahaan yang bisa meliputi penjualan produk kepada pelanggan yang diperoleh dalam suatu aktivitas operasi suatu perusahaan untuk meningkatkan nilai aset serta menurunkan liabilitas yang timbul dalam penyerahan barang atau produk. Indikator tingkat pendapatan antara lain :

1. Penjualan
2. Waktu Operasional Usaha
3. Keuntungan

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan yaitu:

- a. Kuesioner menurut Sugiyono (2013: 199) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner penelitian ini terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang bersumber dari indikator variabel.
- b. Wawancara adalah metode untuk memperoleh informasi yang berada di tengah-tengah percakapan bebas dan melibatkan pengumpulan data melalui komunikasi langsung antara peneliti dan responden.
- c. Dokumentasi adalah bentuk kegiatan atau proses sistematis dalam melakukan pencarian, penyelidikan, pengumpulan, penghimpunan, dan penyediaan dokumen dengan memanfaatkan bukti yang akurat berdasarkan topik penelitian dari sumber obyek tersebut.
- d. Studi Pustaka
Berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan penelitian (Sugiyono, 2012:291).

3.7 Sumber Data

Berdasarkan sumber data yang diperoleh, data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2018:213) data primer adalah sumber data yang didapatkan langsung kepada pengumpul data. Dalam hal ini peneliti menggunakan alat yang telah ditentukan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung. Data asli melalui wawancara langsung dan kuesioner yang sudah diisi oleh responden meliputi jawaban atas pertanyaan yang ditanyakan pada kuesioner tersebut.

b. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2018:137) Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh tidak berhubungan langsung memberikan data kepada

pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini melalui dokumentasi, publik, dan penelitian terdahulu.

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Cara pengukuran validitas kuesioner atau angket kompetensi menggunakan teknik dengan r pearson atau koefisien korelasi *product moment* pearson dengan taraf signifikan 5%. Untuk menguji validitas kuesioner yaitu jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mengukur validitas digunakan rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson (dalam Suharsimi, 2006:170), sebagai berikut :

$$r_{XY} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Besarnya korelasi

N = Jumlah responden

$\sum xy$ = Jumlah antara perkalian skor x dan y

$\sum x$ = Jumlah seluruh skor x

$\sum x^2$ = Jumlah seluruh kuadrat skor x

$\sum y$ = Jumlah seluruh skor y

$\sum y^2$ = Jumlah seluruh kuadrat skor y

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2012) pengujian realibilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dari suatu objek yang sama akan

menghasilkan data yang sama. Uji realibilitas akan dapat menunjukkan konsistensi dari jawaban-jawaban responden yang terdapat pada kuesioner. Uji Reliabilitas ini menggunakan *Alpha Cronbach* karena penelitian menggunakan bentuk kuesioner. Suatu konstruk atas variabel jika nilai Cronbach's Alpa $\geq r_{\text{tabel}}$ maka pertanyaan tersebut reliable, sedangkan jika nilai Cronbach's Alpa $< r_{\text{tabel}}$ maka pertanyaan tersebut tidak reliable. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk mengetahui reliabilitas instrumen adalah rumus *alpha Cronbach* dari (Suharsimi, 2006:196):

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir

σt^2 = Varian total

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan pengujian statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda atau data besifat ordinary least square yang merupakan salah satu metode dalam analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tak bebas. Uji asumsi klasik meliputi :

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji One

Sample Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians residual dari suatu pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Bertujuan untuk menguji adanya korelasi antara variabel-variabel independen dalam regresi yang di gunakan. Adanya korelasi antara variabel independen. Tidak terdapat multi kolinearitas akan mengakibatkan ketidak tepatan dalam estimasi. Model di katakan terbebas dari multikolinearitas jika :

- a. Dengan melihat varian inflation faktor (VIF) ≤ 0 . Suatu model regresi dikatakan terbebas dari multi kolineritas jika VIF nya tidak lebih dari 10 dan nilai toleransi disekitar satu atau mendekati satu.
- b. Nilai R^2 yang menunjukkan nilai lebih kecil dari koefisien korelasi (r).

3.8.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda di gunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara sistem pengendalian produksi (X_1) dan bauran pemasaran (X_2) terhadap tingkat pendapatan (Y). Selain itu untuk mengetahui persamaan regresi berganda dapat di tulis sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Pendapatan

β_0 = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ = Koefisien regresi

X_1	=	Sistem Pengendalian Produksi
X_2	=	Bauran Pemasaran
ε	=	Standart eror

3.8.4 Koefisien Diterminasi (R^2)

Koefisien diterminasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y digunakan rumus R^2 dengan cara mengkuadratkan nilai koefisien relasi (R) yang telah dihitung. Jika R^2 semakin besar (mendekati angka 1) menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y. Dimana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati angka 0) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variable bebas adalah kecil terhadap variable terikat.

3.8.5 Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk setiap variabel bebas (X_1, X_2) apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara independen (parsial).

Langkah-langkah untuk pengujian untuk uji t adalah sebagai berikut :

- Menentukan model hipotesis untuk H_0 dan H_a .
- $H_0 : b_1 = 0$, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Sedangkan jika $H_0 : b_1 \neq 0$ artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- Mencari nilai t_{tabel} dengan cara menentukan tingkat kesalahan dan derajat kebebasan. Tingkat kesalahan yang di pakai adalah $\alpha 5\%$ dan derajat kebebasan (df) = $n - k$ dimana n adalah jumlah sampel, dan k adalah jumlah variabel independen yang di gunakan.
- Menentukan kriteria pengambilan keputusan
 - H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha 5\%$
 - H_0 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

pada α 5%.

e. Mencari nilai thitung dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.0 for windows

2. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah semua variabel bebas (X_1, X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara bersama-sama.

Adapun uji F menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

a. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas yaitu sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran terhadap variabel terikat yaitu tingkat pendapatan.

b. H_a : Minimal satu $\beta_i \neq 0$, artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas yaitu produksi, pemasaran, penjualan terhadap variabel terikat yaitu pendapatan.

Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ H_a ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI

4.1 Analisis Deskriptif Responden

Berikut ini disajikan statistik deskriptif untuk masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini dan data tentang karakteristik responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data-data sebagai berikut: Jenis Kelamin, Umur dan Pekerjaan, Data deskriptif responden sebagai berikut:

4.1.1 Deskriptif Karakteristik Responden

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, gambaran responden yang berkaitan dengan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase(%)
Perempuan	73	67,6%
Laki-laki	35	32,4%
Total	108	100

Sumber data: data primer,2021

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 73orang (67,6%) dan yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 35 orang (32,4%). Hal tersebut dikarenakan bahwa kaum perempuan memiliki kemampuan dalam membuat produk kue basah daripada laki-laki.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Perbedaan usia sangat menentukan kemampuan seseorang terhadap pembuatan produk kue basah. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tentang usia responden yang dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2 Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
21-30	61	56,4%
31-40	27	24,9%
41-50	20	18,6%
Jumlah	108	100%

Sumber data: data primer,2021

Berdasarkan tabel 4.2 jumlah sampel dalam penelitian ini sejumlah 108 responden, dapat diketahui bahwa usia responden yang paling banyak adalah 21-30 tahun yaitu berjumlah 61 responden (56,4%), 31-40 tahun yaitu berjumlah 27 responden (24,9%) sedangkan sisanya adalah responden berumur 41-50 tahun yaitu berjumlah 20 responden (18,6%). Karena pada usia tersebut kemampuan terhadap membuat produk kue basah cenderung tinggi dikarenakan kebutuhan dan keinginan dalam membuka UKM sebagai penghasilan sehari-hari maupun sampingan.

3. Karakteristik Berdasarkan Profesi

Profesi sering sekali dipandang sebagai satu kondisi yang mencerminkan kemampuan seseorang dalam membuat produk kue basah. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tentang profesi responden yang dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut

Tabel 4.3 Profesi Responden

Profesi	Jumlah	Presentase
Pelajar / Mahasiswa	9	8,3%
Wiraswasta	79	73,3%
Karyawan Swasta	5	4,6%
Guru	1	0,9%
Kedinasan	1	0,9%
Usaha	8	7,4%
Ibu rumah tangga	3	2,8%
Pedagang	2	1,8%
Jumlah	108	100%

Sumber data: data primer,2021

Berdasarkan tabel 4.3 jumlah sampel dalam penelitian ini sejumlah 108 responden, dapat diketahui bahwa profesi responden yang paling banyak adalah wiraswasta yaitu berjumlah 79 responden (73,3%), dikarenakan pada usia dewasa profesi yang paling banyak mengarah pada wiraswasta memiliki peluang lebih banyak untuk membuka UKM produk kue basah.

4. Karakteristik Berdasarkan Status Perkawinan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tentang status perkawinan responden yang dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut :

Tabel 4.4 Status Perkawinan Responden

Status Perkawinan	Jumlah	Prosentase
Belum Kawin	34	31,5%
Kawin	74	68,5%
Jumlah	108	100%

Sumber data: data primer,2021

Berdasarkan tabel 4.4 jumlah sampel dalam penelitian ini sejumlah 108 responden, dapat diketahui bahwa status perkawinan responden yang didominasi kawin yaitu berjumlah 74 responden (68,5%), dikarenakan

berhubungan dengan usia dan profesi responden yang cenderung lebih banyak pada usia profesi wiraswasta.

5. Karakteristik Berdasarkan Penggunaan Media Sosial

Penggunaan media sosial secara umum sebagai sarana mendapat informasi dan pengetahuan terhadap penjualan produk kue basah. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tentang penggunaan media sosial responden yang dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut :

Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Penggunaan Media Sosial

Penggunaan Media Sosial	Jumlah	Prosentase
Ya	108	100%
Tidak	0	0%
Jumlah	108	100%

Sumber data: data primer,2021

Berdasarkan tabel 4.5 jumlah sampel dalam penelitian ini sejumlah 108 responden, dapat diketahui bahwa penggunaan media sosial dengan jawaban Ya yaitu berjumlah 108 responden (100%), dikarenakan teknologi yang berkembang, kebutuhan terhadap informasi dan pengetahuan lebih mudah ditemukan melalui media sosial.

6. Karakteristik Berdasarkan Aplikasi Media Sosial

Aplikasi media sosial secara umum setiap individu memiliki lebih dari satu jenis media sosial yang digunakan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tentang aplikasi media sosial responden yang dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut :

Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Aplikasi Media Sosial

Jenis Media Sosial	Prosentase
Facebook	45,4%
Instagram	63%
Tiktok	13,9%
Youtube	23,1%
Twitter	3,7%
Lainnya	26,7%

Sumber data: data primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 jumlah sampel dalam penelitian ini sejumlah 108 responden, dapat diketahui bahwa 45,4% dari 108 responden memiliki akun media sosial di Facebook. Dan dapat diketahui pula 63% dari 108 responden memiliki akun media sosial di Instagram. Selain itu 13,9% dari 108 responden memiliki akun media sosial di Tiktok. Dan dapat diketahui 23,1% dari 108 responden memiliki akun media sosial di Youtube. Selain itu dapat diketahui 3,7% dari 108 responden memiliki akun media sosial di Twitter. Dan 26,7% dari 108 responden dapat diketahui memiliki akun media sosial selain yang disebutkan dalam penelitian ini.

4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel dalam penelitian ini menjelaskan frekuensi hasil jawaban responden yang dilakukan terhadap 100 responden tentang indikator-indikator yang terdapat dalam pernyataan kuesioner penelitian ini, yaitu Sistem Pengendalian Produksi (X_1), Bauran Pemasaran (X_2) dan Tingkat Pendapatan (Y). Skor yang diberikan responden pada masing-masing pernyataan yang ada di dalam kuesioner mencerminkan bagaimana persepsi mereka terhadap variabel penelitian. Dari data distribusi jawaban responden dapat dilihat seberapa besar nilai suatu variabel jika dibandingkan nilai variabel lain, serta bagaimana pola hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian.

1. Deskripsi Variabel Penelitian Sistem Pengendalian Produksi (X₁)

Variabel sistem pengendalian produksi pada penelitian ini diukur melalui 5 pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Berdasarkan hasil survey dengan penyebaran kuesioner didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Terhadap Sistem Pengendalian Produksi

Pernyataan Variabel	Jawaban Reponden										Total	Persen
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%		
X1.1	62	57,5	42	38,9	3	2,8	1	0,9	0	0	108	100%
X1.2	68	63	39	36,1	1	0,9	0	0	0	0	108	100%
X1.3	12	11,1	70	64,8	14	13	12	11,1	0	0	108	100%
X1.4	70	64,8	32	29,6	6	5,6	0	0	0	0	108	100%
X1.5	80	74,1	26	24,1	2	1,9	0	0	0	0	108	100%
jumlah	292	270,5	209	193,5	26	24,2	13	12	0	0	540	100%

Sumber data: Lampiran 3

Berdasarkan hasil penelitian tabel 4.7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat setuju terhadap variabel Sistem Pengendalian Produksi sejumlah 292 tanggapan responden dan sejumlah 209 tanggapan responden untuk jawaban setuju. Hal ini menunjukkan bahwa adanya penilaian terhadap sistem pengendalian produksi sangat penting dan bermanfaat dimasa pandemi seperti ini dalam melakukan UMK pada penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi.

2. Deskripsi Variabel Penelitian Bauran Pemasaran (X₂)

Variabel bauran pemasaran pada penelitian ini diukur melalui 4 pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Berdasarkan hasil survey dengan penyebaran kuesioner didapat hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Terhadap
Bauran Pemasaran**

Pernyataan Variabel	Jawaban Reponden										Total	Persen
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%		
X1.1	90	83,3	16	14,8	1	0,9	1	0,9	0	0	108	100%
X1.2	84	77,8	21	19,4	2	1,9	1	0,9	0	0	108	100%
X1.3	70	64,8	28	25,9	10	9,3	0	0	0	0	108	100%
X1.4	84	77,8	21	19,4	3	2,8	0	0	0	0	108	100%
Jumlah	328	303,7	86	79,5	16	14,9	2	1,8	0	0	432	100%

Sumber data: Lampiran 4

Berdasarkan hasil penelitian tabel 4.8 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan sangat setuju terhadap variabel Bauran Pemasaran sejumlah 328 dan sejumlah 86 tanggapan responden untuk jawaban setuju. Hal ini menyatakan bahwa adanya penilaian terhadap variabel bauran pemasaran yang memiliki nilai sangat penting dalam melakukan penjualan dimasa pandemi covid 19 ini.

3. Deskripsi Variabel Penelitian Tingkat Pendapatan (Y)

Variabel tingkat pendapatan pada penelitian ini diukur melalui 3 pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Berdasarkan hasil survey dengan penyebaran kuesioner didapat hasil sebagai berikut

Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Terhadap Tingkat Pendapatan

Pernyataan Variabel	Jawaban Reponden										Total	Persen
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%		
Y1.1	81	75	26	24,1	1	0,9	0	0	0	0	108	100%
Y1.2	27	25	60	55,6	16	14,8	5	4,6	0	0	108	100%
Y1.3	55	50,9	32	29,6	15	13,9	5	4,6	1	0,9	108	100%
jumlah	163	150,9	118	109,3	32	29,6	10	9,2	1	0,9	324	100%

Sumber data: Lampiran 5

Berdasarkan hasil penelitian tabel 4.9 menunjukkan bahwa sebagian besar reponden memberikan tanggapan sangat setuju terhadap variabel Tingkat Pendapatan sejumlah 163 dan sejumlah 118 tanggapan responden untuk jawaban setuju. Hal ini menyatakan bahwa variabel tingkat pendapatan memiliki nilai yang sangat tinggi dan penting pada UMK penjualan produk kue basah dimasa pandemi ini.

4.2 Analisis Hasil Penelitian

4.2.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas Data

Validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner sedangkan untuk mengetahui masing-masing item pernyataan valid atau tidak Ghozali (2013:45), maka ditetapkan kriteria sebagai berikut:

- Jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
- Jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ dan bernilai negatif, maka variabel tersebut tidak valid.

Uji validitas dilakukan terhadap masing – masing item pernyataan yang membentuk variabel penelitian yaitu Sistem Pengendalian Produksi, Bauran Pemasaran dan Tingkat Pendapatan. Untuk mengukur validitas digunakan kolerasi person correlations, jika person correlations antara

masing-masing pertanyaan dengan skor total menghasilkan nilai korelasi R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} atau $R_{hitung} > R_{tabel}$, maka item pertanyaan dinyatakan valid. Hasil Uji Validitas sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R_{tabel}	R_{hitung}	Sig	Ket
Sistem Pengendalian Produksi (X1)	X1.1	0.1891	0.748079	0,000	Valid
	X1.2	0.1891	0.673898	0,000	Valid
	X1.3	0.1891	0.520028	0,000	Valid
	X1.4	0.1891	0.671183	0,000	Valid
	X1.5	0.1891	0.722433	0,000	Valid
Bauran Pemasaran (X2)	X2.1	0.1891	0.672529	0,000	Valid
	X2.2	0.1891	0.642208	0,000	Valid
	X2.3	0.1891	0.634947	0,000	Valid
	X2.4	0.1891	0.62008	0,000	Valid
Tingkat Pendapatan (Y)	Y1	0.1891	0.664307	0,000	Valid
	Y2	0.1891	0.627655	0,000	Valid
	Y3	0.1891	0.630984	0,000	Valid

Dasar pengambilan keputusan dari uji validasi

- a. Jika r hasil positif dan r hasil $> r$ Tabel, maka butir atau variabel tersebut valid.
- b. Jika r hasil negative dan r hasil $< r$ Tabel, maka butir atau variabel tidak valid.

Tabel 4.10 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator variabel Sistem Pengendalian Produksi (X_1), Bauran Pemasaran (X_2) dan Tingkat Pendapatan (Y) menunjukkan bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan $Sig < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua *item* pertanyaan variabel Sistem

Pengendalian Produksi (X_1), Bauran Pemasaran (X_2) dan Tingkat Pendapatan (Y) dinyatakan *valid*.

2. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten (Arikunto, 2006:164). Hasil Uji Reliabilitas sebagai berikut :

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha if item deleted	Standar realibilitas	Ket
Sistem Pengendalian Produksi (X_1)	0,756	0,60	Reliable
Bauran Pemasaran (X_2)	0,727	0,60	Reliable
Tingkat Pendapatan (Y)	0,618	0,60	Reliable

Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel dilakukan uji statistic dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*, adapun kriteria yang dapat digunakan adalah sebagai berikut Ghozali(2016:147) :

- Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.
- Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.

Berdasarkan tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa variabel penelitian Sistem Pengendalian Produksi dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ yaitu sebesar 0,756. Variabel Bauran Pemasaran dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ yaitu sebesar 0,727. Variabel Tingkat Pendapatan dikatakan reliabel karena nilai

Cronbach's Alpha > 0,6 yaitu sebesar 0,618. Hal ini membuktikan instrumen penelitian berupa kuesioner ini telah reliabel karena *r alpha* yang bernilai lebih besar.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh terdistribusi normal atau tidak normal. Data yang terdistribusi normal dapat memperkecil terjadinya bias. Pengujian normalitas data dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2001 :83). Kriteria dalam uji normalitas sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikan > 0,05 maka data penelitian distribusi normal
- b. Jika nilai signifikan < 0,05 maka data penelitian distribusi tidak normal

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Metode Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,29021811
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,076
	Positive	,076
	Negative	-,065
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,146 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 4.12 tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi asymp sig (2-tailed) sebesar 0.146 lebih besar dari 0.05 , maka sesuai dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov di atas, berarti bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas, salah satunya dengan menggunakan uji glejser (Ghozali, 2013 : 142) :

- a. Jika nilai Signifikan $> 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.
- b. Jika nilai Signifikan $< 0,05$ maka terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,480	,714		,672	,503
	Sistem Pengendalian Produksi	,076	,040	,240	1,895	,061
	Bauran Pemasaran	-,059	,050	-,149	-1,177	,242

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan Tabel 4.13 data hasil glejser diatas dapat diartikan bahwa di dalam analisis regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas karena menunjukkan nilai signifikan (p-value) variabel Sistem

Pengendalian Produksi bernilai 0.61, Bauran Pemasaran bernilai 0.242, hasil tersebut dengan jelas menunjukkan bahwa tidak satupun variabel independen yang signifikan di karenakan nilai profabilitas signifikannya yang diatas 0,05 atau 5%. Dengan demikian ke dua variabel independen dalam penguji yaitu, sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran tidak terdapat gejala heteroskedastisitas antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakh model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Kreteria uji multikolinnieritas jika nilai VIF < 10 dan atau nilai tolerance > 0,1 maka dapat disimpulkan dengan tegas tidak terdapat masalah multikonneritas. (Ghozali: 2003: 105). Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikonlinieritas

Model	Collinearity Statistics		Ket
	Tolerance	VIF	
Sistem Pengendalian Produksi (X1)	0,573	1,746	Tidak terjadi multikolinieritas
Bauran Pemasaran (X2)	0,573	1,746	Tidak terjadi multikolinieritas

Berdasarkan hasil dari tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa semua model atau variabel tidak terjadi multikolinieritas. Hal tersebut ditandai dengan nilai Tolerance $\geq 0,1$ dan nilai VIF ≤ 10 pada variabel independen.

Dengan demikian ke dua variabel independen dalam penguji yaitu, sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi dimasa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahan dapat diperkecil. Kegunaan regresi dalam penelitian ini adalah salah satunya untuk meramalkan variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui (Kuncoro Riduwan 2007: 83). Hasil pengolahan data selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya dijelaskan pada tabel 4.15 berikut :

Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	,889	1,183		,752	,454
	Sistem Pengendalian	,298	,066	,424	4,482	,000
	Produksi					
	Bauran Pemasaran	,281	,083	,321	3,397	,001
a. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan						

Dari tabel 4.15 maka formulasi regresi bergandanya adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,889 + 0,298 X_1 + 0,281 X_2$$

Interprestasi regresi linier berganda dapat di jelaskan sebagai berikut :

a. Nilai Konstanta

Dari persamaan diatas didapatkan nilai konstanta bernilai positif yang berarti bahwa jika nilai dari variabel terikat Sistem Pengendalian

Produksi (X_1) dan Bauran Pemasaran (X_2) tetap atau konstan, maka Tingkat Pendapatan (Y) nilainya masih positif.

b. Sistem Pengendalian Produksi (X_1)

Nilai koefisien dari variabel Sistem Pengendalian Produksi adalah bernilai positif hal ini berarti bahwa semakin tinggi Sistem Pengendalian Produksi yang dimiliki oleh Produk Kue Basah maka akan semakin meningkat Pendapatan dari penjualan kue basah didesa kampung melayu Banyuwangi.

c. Bauran Pemasaran (X_2)

Nilai koefisien dari variabel Bauran Pemasaran adalah bernilai positif, hal ini berarti bahwa semakin tinggi Bauran Pemasaran yang dimiliki oleh *Produk Kue Basah* maka akan semakin meningkat Pendapatan dari penjualan kue basah didesa kampung melayu Banyuwangi.

4.2.4 Koefisien Diterminasi

Menurut Ghozali (2011: 87) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil R^2 dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,679 ^a	,461	,451	1,30245
a. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran, Sistem Pengendalian Produksi				

Berdasarkan dari perhitungan tabel 4.16 diatas menunjukkan bahwa koefisien determinasi (adjusted R^2) yang diperoleh 0,451. Hal ini berarti tingkat pendapatan berkontribusi sebesar 45,1% oleh sistem pengendalian produksi (X_1) dan bauran pemasaran (X_2), sedangkan sisanya 54,9% dipengaruhi oleh variabel – variabel lain yang tidak

termasuk dalam model penelitian ini seperti harga, promosi, mutu, lokasi, inovasi produk, kepuasan konsumen dan desain.

4.2.5 Uji Hipotesis

1. Uji t (Pengaruh Secara Parsial)

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing – masing variabel bebasnya secara sendiri – sendiri terhadap variabel terikat. Uji t ini dapat dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut :

1. Jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh yang signifikan variabel X terhadap variabel Y.
2. Jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel X terhadap variabel Y.

$$t \text{ tabel} = t (a/2 : n-k-1)$$

$$a = 5\% = t (0,025 : 108 - 2 - 1) = 0,025 : 105 = 1,982$$

Keterangan :

t tabel	= distribusi nilai t tabel
a	= tingkat kepercayaan (0,05)
n	= jumlah sampel
k	= jumlah variabel X

Hasil pengolahan data selanjutnya dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4.17 Hasil Uji t (Pengaruh Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,889	1,183		,752	,454
	Sistem Pengendalian Produksi	,298	,066	,424	4,482	,000
	Bauran Pemasaran	,281	,083	,321	3,397	,001

a. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan

Berdasarkan tabel 4.17 dan t tabel tersebut dapat diketahui besar dari pengaruh masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut :

1. Sistem Pengendalian Produksi (X_1) terhadap variabel Tingkat Pendapatan (Y)

Hasil analisis regresi berganda uji t, menunjukkan bahwa t_{hitung} pada variabel Sistem Pengendalian Produksi (X_1) sebesar 4.482 dan t_{tabel} sebesar 1.982. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} 4.482 > t_{tabel} 1.982$ dan dapat dilihat dalam tabel Sig $0,000 < 0,05$ (Tingkat kepercayaan 95%). Dengan demikian terdapat pengaruh linier antara variabel bebas dengan variabel terikat, sehingga secara parsial variabel Sistem Pengendalian Produksi berpengaruh secara signifikan terhadap Tingkat Pendapatan Produk Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi.

2. Bauran Pemasaran (X_2) terhadap variabel Tingkat Pendapatan (Y)

Hasil analisis regresi berganda uji t, menunjukkan bahwa t_{hitung} pada variabel Bauran Pemasaran (X_2) sebesar 3.397 dan t_{tabel} sebesar 1.982. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} 3.397 > t_{tabel} 1.982$ dan dapat dilihat dalam tabel Sig $0,001 < 0,05$ (Tingkat kepercayaan 95%). Dengan demikian terdapat pengaruh linier antara variabel bebas dengan variabel terikat, sehingga secara parsial variabel Bauran Pemasaran berpengaruh secara

signifikan terhadap Tingkat Pendapatan Produk Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi.

2. Uji F (Pengaruh Secara Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat. Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikasni nilai F hitung > F tabel, maka model yang dirumuskan sudah tepat. Jika nilai F hitung > F tabel maka dapat diartikan bahwa model regresi sudah tepat artinya pengaruh secara bersama, dengan melihat F tabel = $df_1 = (k-1)$ $df_2 = (n-k)$, $df_1 = (2-1)$ $df_2 = (108-1)$, F tabel = $(1;107) = 3,93$ dengan tingkat kesalahan 5%. Hasil dari uji F dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut :

Tabel 4.18 Hasil Uji F (Pengaruh Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	152,650	2	76,325	44,993	,000 ^b
	Residual	178,119	105	1,696		
	Total	330,769	107			
a. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan						
b. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran, Sistem Pengendalian Produksi						

Berdasarkan dari hasil tabel 4.18 dapat dijelaskan yaitu uji f (simultan) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Sistem Pengendalian Produksi (X1) dan Bauran Pemasaran (X2) terhadap Tingkat Pendapatan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $44,993 >$ nilai f tabel $3,93$. Artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa variabel independent *Sistem Pengendalian Produksi (X1)* dan *Bauran*

Pemasaran (X2), secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Tingkat Pendapatan Produk Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi.

4.3 Interpretasi

Interpretasi data penelitian adalah sebuah bentuk dari kegiatan untuk melakukan penggabungan terhadap sebuah hasil dari analisis dengan berbagai macam pertanyaan, kriteria, maupun pada sebuah standar tertentu guna untuk dapat menciptakan sebuah makna dari adanya sebuah data yang dimana telah dikumpulkan oleh peneliti, dan interpretasi dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Pengaruh Sistem Pengendalian Produksi terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Produk Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi.

Hasil analisis regresi berganda pada Uji t terhadap hipotesis pertama (H_1) menunjukkan bahwa Sistem Pengendalian Produksi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Tingkat Pendapatan artinya semakin tinggi Sistem Pengendalian Produksi yang di berikan maka Tingkat Pendapatan akan semakin meningkat (H_1 diterima).

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa terdapat pengaruh signifikan dan positif dari Sistem Pengendalian Produksi terhadap Tingkat Pendapatan, Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Fahmi, Erwin (2019), Ramazani (2015) dan Azhari M.A, (2020), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari Sistem Pengendalian Produksi terhadap Tingkat Pendapatan. Faktor yang menyebabkan sistem pengendalian produksi dapat berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat pendapatan, karena konsumen Produk Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi sangat setuju jika penjual melakukan perencanaan proses produksi untuk mengendalikan hasil produksi agar sesuai dengan kondisi pandemi, selalu melakukan pengendalian bahan baku agar sesuai dengan pesanan, faktor lain yang menyebabkan sistem pengendalian produksi dapat berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat pendapatan karena penjual selalu

melakukan pengawasan terhadap bahan baku dan biaya produksi pada kondisi pandemi ini, dengan pengawasan ini penjual tidak mengalami kelebihan pada bahan baku dan biaya produksi terhadap produk kue basah di Desa Kampung Melayu Banyuwangi, selain itu juga disaat pandemi ini penjual mengurangi jumlah tenaga kerja, dengan pengurangan jumlah tenaga kerja ini penjual bisa menekankan biaya produksi agar pendapatan penjualan produk kue basah tetap stabil. Bukan hanya itu, dalam sistem pengendalian produksi penjualan kue basah didesa kampung melayu Banyuwangiselalu memberikan cita rasa dan tampilan baru, karena dengan kondisi pandemi seperti ini penjual tetap mengutamakan kualitas produk. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat di simpulkan bahwa sistem pengendalian produksiPenjualan Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Tingkat Pendapatan, dengan hasil penelitian ini di harapkan sistem pengendalian produksi Penjualan Kue Basah didesa Kmapung MelayuBanyuwangi semakin bertambah baik dan terus meningkat agar dapat menghasilkan banyak peminat untuk mencapai tujuan utama UMKM Produk Kue Basah di Desa Kampung Melayu Banyuwangi.

2. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Produk Kue Basah di Desa Kampung Melayu Banyuwangi.

Hasil analisis regresi berganda pada Uji t terhadap hipotesis kedua (H_2) menunjukkan bahwa Bauran Pemasaran berpengaruh signifikan dan positif terhadap Tingkat Pendapatan artinya semakin tinggi Bauran Pemasaran yang di berikan maka Tingkat Pendapatan akan semakin meningkat (H_2 diterima).

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa terdapat pengaruh signifikan dan positif dari Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Pendapatan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Khoiria Rizky Tanjung (2018), Sepfito Aditya Bayu (2019) dan Hanny Mariani (2018), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Pendapatan. Faktor yang

menyebabkan bauran pemasaran dapat berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat pendapatan, karena konsumen Produk Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi sangat setuju jika penjual memberikan kualitas yang baik, aman dan higienis, karena dengan kondisi pandemi saat ini penjual mengutamakan kenyamanan dan kepercayaan konsumen terhadap produk kue basah yang dijual, selalu memberikan harga yang sangat terjangkau tanpa mengurangi kualitas produk dimasa pandemi ini. faktor lain yang menyebabkan bauran pemasaran dapat berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat pendapatan karena penjual selalu melakukan promosi melalui media online, dikarenakan kondisi covid seperti ini penjual tetap harus menghasilkan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan, selain itu juga disaat pandemi ini penjual mengurangi interaksi secara langsung kepada pembeli dan mengalihkan berjualan via online, karena dengan mengurangi interaksi antar penjual dan pembeli ini penjual menerapkan PSBB dan penjual tetap mematuhi kebijakan pemerintah dengan memanfaatkan teknologi modern untuk tetap bisa membeli produk kue basah didesa kampung melayu Banyuwangi agar pendapatan penjualan produk kue basah semakin meningkat. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat di simpulkan bahwa bauran pemasaran Penjualan Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Tingkat Pendapatan, dengan hasil penelitian ini di harapkan bauran pemasaran Penjualan Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi semakin bertambah baik dan terus meningkat agar dapat menghasilkan pendapatan dan menghasilkan banyak pembeli untuk mencapai tujuan utama UMKM Produk Kue Basah di Desa Kampung Melayu Banyuwangi.

3. Pengaruh Sistem Pengendalian Produksi dan Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Produk Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi.

Hasil analisis regresi berganda pada Uji F terhadap hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan bahwa Sistem Pengendalian Produksi dan Bauran Pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Tingkat Pendapatan artinya semakin tinggi Sistem Pengendalian Produksi dan Bauran Pemasaran maka Tingkat Pendapatan akan semakin meningkat (H_3 diterima).

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa terdapat pengaruh signifikan dan positif dari sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran terhadap tingkat pendapatan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Yonnade Arga Putra (2014), Walia Nabila Sa'ad (2017) dan Robby Satriawan (2017/2018), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran terhadap tingkat pendapatan. Berdasarkan beberapa variabel yang mempengaruhi tingkat pendapatan di antaranya Sistem Pengendalian Produksi dan Bauran Pemasaran bahwa memang secara simultan dua variabel tersebut mempengaruhi tingkat pendapatan dari Penjualan Produk Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi, karena penjual merasakan dampak dari sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran terhadap tingkat pendapatan mereka, bisa di katakan mereka dapat merasakan perubahan jika dua variabel tersebut benar-benar diterapkan dengan baik dan sesuai dengan yang diinginkan di Penjualan Produk Kue basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat di simpulkan bahwa dari sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran pada Penjualan Produk Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Tingkat Pendapatan, dengan hasil yang di dapatkan dalam penelitian ini di harapkan Tingkat Pendapatan pada Penjualan Produk Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi tetap konstan

atau semakin meningkat lebih baik lagi agar dapat memberikan dampak yang lebih baik lagi terhadap UMKM Penjualan Produk Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan penelitian secara umum mengenai “Pengaruh Sistem Pengendalian Produksi dan Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Pendapatan Ditengah Covid 19 Pada UMKM Penjualan Produk Kue Basah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Banyuwangi” dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel sistem pengendalian produksi berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan pada UMKM penjualan produk kue basah.
2. Variabel bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap tingkat pendapatan pada UMKM penjualan produk kue basah
3. Variabel sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran berpengaruh signifikan secara simultan terhadap tingkat pendapatan pada UMKM penjualan produk kue basah.

5.2 Implikasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat pendapatan produk kue basah di Desa Kampung Melayu Banyuwangi. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran berperan dalam strategi pemasaran juga biaya produksi yang disarankan dalam memasarkan produk kue basah dikarenakan produk kue basah yang memiliki cita rasa yang enak, kualitas produk yang sesuai dengan konsumen dan tampilan yang menarik dapat meningkatkan pendapatan pada penjualan produk kue basah di Desa Kampung Melayu Banyuwangi, agar konsumen tertarik dan membeli produk kue basah. Dan kedua variabel yaitu sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran adalah hal terpenting dalam penjualan produk kue basah. Setelah dilakukan penelitian pada studi kasus Tingkat Pendapatan pada Penjualan Produk Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi menentukan apakah

variabel independen Sistem Pengendalian Produksi dan Bauran Pemasaran mempengaruhi Tingkat Pendapatan sebagai variabel dependen secara simultan. Dengan hasil yang telah diuji, dapat dinyatakan bahwa variabel independen Sistem Pengendalian Produksi dan Bauran Pemasaran secara simultan berpengaruh terhadap Tingkat Pendapatan pada Penjualan Produk Kue Basah didesa Kampung Melayu Banyuwangi, Ini membuktikan bahwa Sistem Pengendalian Produksi dan Bauran Pemasaran meningkatkan Pendapatan pada UMKM Penjualan Kue Basah di Desa Kampung Melayu Banyuwangi. Mengingat dengan kondisi pandemi seperti ini masyarakat didesa kampung melayu seperti ibu sukrawati, ibu mariyani, ibu susiati, ibu ratna dan ibu holisah harus bisa memutar roda perekonomiannya dengan menerapkan sistem pengendalian produksi dan juga bauran pemasaran untuk meningkatkan pendapatan pada penjualan kue basah yang mereka jual. Dan juga ada beberapa sebagian masyarakat didesa kampung melayu yang masih belum paham dalam menggunakan jaringan internet. Kebanyakan dari beberapa orang tersebut dibantu oleh anak kandung, saudara dan juga tetangga untuk menggunakan aplikasi sosial media dalam melakukan penjualan produk kue basah. Dengan adanya penelitian ini bisa memberikan cara dan arahan untuk menggunakan media sosial sendiri kepada masyarakat atau penjual yang ada didesa Kampung Melayu apalagi dimasa pandemi sekarang ini semua aktivitas sudah menggunakan teknologi jejaring internet.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diberikan beberapa saran, antara lain

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat mempertahankan variabel sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran karena secara statistik kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap tingkat pendapatan. Saran yang ingin disampaikan oleh peneliti di penelitian selanjutnya adalah

menambah atau meneliti variabel independen yang baru seperti volume penjualan, perilaku kewirausahaan, modal dan sebagainya yang diduga berpengaruh terhadap tingkat pendapatan.

2. Bagi Almamater

Bagi almamater, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pengembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran bagi yang akan meneruskan penelitian ini maupun yang akan membuat penelitian sejenis sehingga diharapkan untuk terus dieksploitasi dan dikembangkan dalam ilmu pengetahuan khususnya di lembaga terkait.

3. Bagi Masyarakat

Berdasarkan kesimpulan penelitian dapat diketahui bahwa sistem pengenalan produksi dan bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan. Hal ini perlu dipertimbangkan agar masyarakat sebagai konsumen dan pembisnis produk *kue basah* dapat menerapkan sistem pengendalian produksi dan bauran pemasaran sebagai strategi pasar untuk menarik konsumen agar pendapatan semakin meningkat. Dan juga tetap menjaga kualitas produk agar aman dikonsumsi untuk beberapa hari dengan harga yang sesuai kebutuhan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anorangga, Pandji. 1997, *Usaha Mikro Kecil Menengah*
- Assauri, Sofyan, *Manajemen Produksi*, Penerbit FE-UI, Jakarta, 1980
- Azhari, M. Arifin. 2020, *Pengaruh Modal, Biaya Produksi, Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Bunga Zahra Cake And Cookies Kota Jambi*
- Bayu, Sepfito Aditya. 2019, *Pengaruh Modal Usaha, Jumlah Tenaga Kerja Dan Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Usaha Mikro*
- Fahmi, Erwin. 2019, *Pengaruh Modal, Tenaga Kerja Dan Produksi Terhadap Tingkat Pendapatan Di Home Industri UD Bagus Bakery Desa Serapuh Kecamatan Gunung Malela Kabupaten Simalungun*
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Pertama. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Helmalia, 2018, *Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang*
- Kartikahadi, dkk, 2012:186, *Pengertian Penghasilan*
- Kotler dan Keller, 2009:63, *Marketing Mix*
- Kotler, 1993:30, *Indikator Penjualan*
- Mariani, Hanny. 2018, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Bidang Kuliner Di Wilayah Bogor Timur*
- Putra, Yonnade Arga. 2014, *Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan*
- Ramazani, 2015, *Analisis Pengaruh Produksi Terhadap Pendapatan Pengrajin Papan Bunga Di Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat*
- Sa'ad, Walia Nabila. 2017, *Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandar Lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*
- Satriawan, Robby. 2017/2018, *Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan pada Kangaroo Motor Mandiri*
- Sugiyono, 2017:126, *Random Sampling*

- Sukanto Reksohadiprodjo dan Indriyo Gitosudarmo, 2000: 31, *Pengendalian Kulaitas*
- Swastha, 2002, *Jenis Dan Bentuk Penjualan*
- Tanjung, Khoiria Rizky. 2018, *Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Fotocopy Palano Jaya Medan Helvetia*
- Undang-Undang Nomor 1 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) 2020, 2008
- _____. 2008. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas di Ponogoro.
- _____. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang.
- _____. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* CetakanKelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLSRegresi*.Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH SISTEM PENGENDALIAN PRODUKSI DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN DI TENGAH COVID 19 PADA UMKM PENJUALAN KUE BASAH DI DESA KAMPUNG MELAYU KECAMATAN BANYUWANGI

Responden yang terhormat,

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Suci Avriliananda

Nim : 1710447

Prodi : Manajemen

Dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa tingkat akhir sebagai salah satu persyaratan kelulusan untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember, maka saya selaku mahasiswa memohon kesediannya untuk menjawab beberapa pertanyaan pada kuesioner berikut ini. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Tingkat Produksi, Pemasaran Dan Penjualan Terhadap Pendapatan Ukm Ditengah Covid 19. Jawaban saudara akan saya jaga kerahasiannya sesuai kode etik dalam penelitian.

Saya ucapkan terimakasih atas kesedian saudara untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat saya

Suci Avriliananda

KUESIONER PENELITIAN

No. Responden.....

IDENTITAS RESPONDEN

Berilah tanda cek list (√) pada jawaban yang anda pilih :

1. Nama responden :
2. Jenis kelamin : () Laki-laki () Perempuan
3. Usia : () 21-30 Tahun () 41-50 Tahun
() 31-40 Tahun
4. Profesi : () Pelajar/Mahasiswa () Wiraswasta
() Pegawai Negri () Lainnya
5. Status Perkawinan : () Belum Kawin () Kawin
6. Apakah anda pengguna media sosial : () Ya () Tidak
7. Media sosial jenis apa yang anda gunakan : () Facebook () Instagram
() Tiktok () Youtube () Twitter () Lainnya....

PETUNJUK PENGISIAN

1. Pernyataan berikut ini mohon diisi dengan jujur sesuai dengan keadaan dan kenyataan yang ada.
2. Berikan tanda silang (X) atau (√) pada salah satu jawaban disetiap pernyataan sesuai apa yang Saudara/i alami dan rasakan selama ini. Terdapat 5 (lima) pilihan jawaban atas pernyataan, yaitu :
 - a. STS (Sangat Tidak Setuju) skor 1
 - b. TS (Tidak Setuju) skor 2
 - c. N (Netral) skor 3
 - d. S (Setuju) skor 4
 - e. SS (Sangat Setuju) skor 5

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
A.	Sistem Pengendalian Produksi					
1.	Saya selalu melakukan perencanaan proses produksi untuk mengendalikan hasil produksi agar sesuai dengan kondisi pandemi					
2.	Saya selalu melakukan pengendalian bahan baku agar sesuai dengan pesanan					
3.	Saat pandemi, saya mengurangi jumlah tenaga kerja untuk menekan biaya produksi					
4.	Saya selalu melakukan pengawasan terhadap bahan baku dan biaya produksi untuk mencegah terjadinya kelebihan bahan baku dan biaya produksi pada kondisi pandemi ini					
5.	Pada kondisi covid ini, saya selalu memberikan cita rasa dan tampilan baru pada produk saya dengan kualitas yang bagus					

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
B.	Bauran Pemasaran	SS	S	N	TS	STS
1.	Saat pandemi ini, saya selalu memberikan kualitas yang baik, aman dan higienis terhadap produk yang saya jual					
2.	Saya selalu memberikan harga yang sangat terjangkau dimasa pandemi ini tanpa mengurangi kualitas produk					
3.	Saat pandemi ini, saya mengurangi interaksi secara langsung kepada pembeli dan mengalihkan berjualan via online					
4.	Kondisi pandemi saat ini, saya melakukan promosi melalui media online agar produk saya terjual dan menghasilkan pendapatan					

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
C.	Tingkat Pendapatan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya tetap terus melakukan penjualan terhadap produk yang saya jual untuk meningkatkan pendapatan di masa pandemi					
2.	Saat pandemi ini, saya mengurangi jam operasional usaha yang semula buka selama 7 jam menjadi 4 jam saja, namun pendapatan saya tetap stabil					
3.	Saat Kondisi pandemi, saya mengurangi kegiatan produksi untuk tetap menjaga tingkat keuntungan usaha					

LAMPIRAN 2

Tabulasi Data Deskripsi Responden

No.	Nama responden	Jenis Kelamin	Usia	Profesi
1.	Dewi Iftitatul Aini	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
2	Nina Ulik Tantowi	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
3	Agus santoso	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
4	Bayu Ardian	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
5	Alfa Novians	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
6	Taufikur Rahman	Laki-Laki	31-40 TAHUN	Wiraswasta
7	Moch Nurcholis	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
8	Shalwa Khaeru Nisa	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
9	Wahyu wiratama	Laki-Laki	31-40 TAHUN	Wiraswasta
10	Calvin	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
11	Humaidi	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
12	Dinda	Perempuan	42-50 TAHUN	Wiraswasta
13	Siti Fatimah	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
14	Lia	Perempuan	41-50 TAHUN	Ibu rumah tangga
15	Taufikur Rahman	Laki-Laki	31-40 TAHUN	Wiraswasta
16	Rosy eka	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
17	Alis Noviasari	Perempuan	31-40 TAHUN	Wiraswasta
18	Ajeng	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
19	Tri utami	Perempuan	31-40 TAHUN	Bisnis
20	Dinda	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
21	Weny eva	Perempuan	31-40 TAHUN	Wiraswasta
22	Dwi Cahyo Saputra	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
23	Arif dwi	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta

24	Akram Farhan F	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
25	Gilang mahendra	Laki-Laki	18-25 TAHUN	Wiraswasta
26	M Ardiyansah	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
27	Azaria alfa	Perempuan	21-30 TAHUN	Wiraswasta
28	RB. M Subhan AR	Laki-Laki	31-40 TAHUN	Driver truck
29	Keysya Audhia	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
30	Ryan Frizqi Hidayat	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
31	Firdaus	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
32	Hakim	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
33	Elda	Perempuan	21-30 TAHUN	Wiraswasta
34	Hasyim Asyarie	Laki-Laki	41-50 TAHUN	Wiraswasta
35	Aiedo djaman	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
36	Riska	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
37	Dicky Eka S	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
38	Lutfi Ari Sandi	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
39	Mochnurhidayat	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
40	Yanda	Laki-Laki	31-40 TAHUN	Wiraswasta
41	Enjun junaidi	Laki-Laki	41-50 TAHUN	Karyawan swasta
42	Arti Amartya Pratiwi	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
43	Adityaph	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
44	Rista	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
45	Madi	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
46	Fahmi rio	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
47	Siti hasana	Perempuan	31-40 TAHUN	Wiraswasta
48	Zeta	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
49	Ach Fawaid	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
50	Moh. Yudha P	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Karyawan swasta

51	Edo	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
52	Yusril hendra w.	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
53	Yogi Agus S	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
54	Mayang	Perempuan	21-30 TAHUN	Wiraswasta
55	Surya	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Karyawan swasta
56	Ina Murtiningsih	Perempuan	41-50 TAHUN	Wiraswasta
57	Shinta	Perempuan	21-30 TAHUN	Wiraswasta
58	Nur iman	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
59	Iqbal purwanto	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
60	Andri Sudirman	Laki-Laki	31-40TAHUN	Wiraswasta
61	Fahad Kamil	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
62	Ferry Ferdian S	Laki-Laki	31-40 TAHUN	Wiraswasta
63	Ratna Sari	Perempuan	31-40 TAHUN	Wiraswasta
64	Tri Noviyanti	Perempuan	21-30 TAHUN	Wiraswasta
65	Indah	Perempuan	31-40 TAHUN	Wiraswasta
66	Nizar Fahlevie	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
67	Arum	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
68	Firman	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
69	Rima Febriyanti S N	Perempuan	21-30 TAHUN	Guru
70	Krisna mukthi	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
71	Gabrella Eka Fitriani	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
72	Nur Hasana	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
73	Bayu F. Ardana	Laki-Laki	31-40 TAHUN	Karyawan swasta
74	Feni Rahayu	Perempuan	31-40 TAHUN	Ibu rumah tangga
75	Wendi Moh. Muhlis	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa

76	Didit Tri Hadi	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Karyawan Swasta
77	Lila	Perempuan	21-30 TAHUN	Karyawan swasta
78	Arief Risqie Q	Laki-Laki	31-40 TAHUN	Wiraswasta
79	Ririn	Perempuan	21-30 TAHUN	Wiraswasta
80	Salsabila Marwa	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
81	Farid Nurfaidzin	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
82	Agus Andoyo	Laki-Laki	41-50 TAHUN	Guru
83	Niss	Perempuan	41-50 TAHUN	Wiraswasta
84	Wahyu	Perempuan	21-30 TAHUN	Wiraswasta
85	Umie Cantik	Perempuan	31-40 TAHUN	Wiraswasta
86	Risma Nur Wahyuni	Perempuan	21-30 TAHUN	Ibu rumah tangga
87	Yunita sari	Perempuan	31-40 TAHUN	Wiraswasta
88	Arjenia Riska Putri	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
89	Dewi wirantika	Perempuan	21-30 TAHUN	Wiraswasta
90	Santi	Perempuan	21-30 TAHUN	Wiraswasta
91	Deni	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
92	Putri Fitria	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
93	Ratri	Perempuan	21-30 TAHUN	Ibu rumah tangga
94	Benbela Sandi A	Laki-Laki	31-40 TAHUN	Wiraswasta
95	Raka	Laki-Laki	21-30 TAHUN	Wiraswasta
96	Nurul Laily	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa
97	Amelia Happynasari	Perempuan	31-40 TAHUN	Wiraswasta
98	Reti	Perempuan	41-50 TAHUN	Wiraswasta
99	Sukmawati	Perempuan	41-50 TAHUN	Bisnis
100	Ratna	Perempuan	41-50 TAHUN	Bisnis
101	Komariyah	Perempuan	41-50 TAHUN	ibu rumah tangga
102	Mariyani	Perempuan	41-50 TAHUN	Bisnis

	Wulandari			
103	Susiati	Perempuan	41-50 TAHUN	Bisnis
104	Damayanti	Perempuan	41-50 TAHUN	Bisnis
105	Holisah	Perempuan	41-50 TAHUN	Bisnis
106	Hartini	Perempuan	31-40 TAHUN	Bisnis
107	Ningsih	Perempuan	41-50 TAHUN	Bisnis
108	Dewi Masita Putri R	Perempuan	21-30 TAHUN	Pelajar / Mahasiswa

LAMPIRAN 3

Tabulasi Data Responden

No.	Sistem Pengendalian Produksi					Bauran Pemasaran				Tingkat Pendapatan		
	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	Y1. 1	Y1. 2	Y1. 3
1	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	3
7	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	3	3
8	5	5	3	4	3	5	5	5	5	4	3	4
9	5	3	3	4	4	5	5	3	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4
13	3	5	3	3	4	5	3	5	4	5	3	3
14	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
15	4	3	3	4	4	4	3	5	5	4	3	3
16	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	3	4
17	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3
20	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4
21	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4
22	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	3	4
23	5	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5
24	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	3

25	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
27	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5
28	5	5	2	5	5	5	4	5	5	5	4	4
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
31	4	4	2	3	4	4	3	4	4	5	3	3
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	2	4	5	5	5	5	4	4	4	3
34	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3
35	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	2
37	5	5	3	4	5	5	3	4	5	5	4	3
38	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
39	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
41	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	2
42	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	3	3
43	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	2
44	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4
45	5	5	2	3	5	5	5	5	5	5	5	3
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	2	4	2	4	4	4	4	3	5	5	2	2
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
49	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
52	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
53	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4
54	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	3	3

55	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
56	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	4	4	2	4	5	5	4	3	5	4	4	3
58	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	3	3
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
60	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
61	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	4	3
62	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4
63	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	3	2
66	4	4	3	5	4	5	3	3	4	4	2	2
67	5	5	3	4	3	5	5	3	5	4	5	3
68	4	5	2	4	4	5	4	3	4	5	5	3
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3
71	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	2	2
72	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5
73	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	3
74	5	5	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4
75	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	2	4
76	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4
77	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	3
78	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
80	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4
81	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3
82	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
84	4	4	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4

85	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
86	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3
87	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	3	3
88	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3
89	4	4	2	4	4	5	4	3	5	4	3	5
90	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
92	4	4	2	3	5	5	5	2	5	5	3	4
93	4	4	2	4	4	5	4	3	5	5	3	3
94	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4
95	4	4	2	4	5	5	5	4	4	4	4	4
96	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
97	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
100	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
101	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5
102	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
103	5	5	4	4	5	5	3	5	3	5	5	5
104	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5
105	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4
106	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
107	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5
108	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5

LAMPIRAN 4

Deskripsi Variabel Penelitian

Frequency Table

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	9,3	9,3	9,3
	S	62	57,4	57,4	66,7
	SS	35	32,4	32,4	99,1
	TS	1	,9	,9	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	9,3	9,3	9,3
	S	63	58,3	58,3	67,6
	SS	35	32,4	32,4	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	30	27,8	27,8	27,8
	S	42	38,9	38,9	66,7
	SS	22	20,4	20,4	87,0
	TS	14	13,0	13,0	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	14	13,0	13,0	13,0
	S	64	59,3	59,3	72,2
	SS	30	27,8	27,8	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

X1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	9,3	9,3	9,3
	S	51	47,2	47,2	56,5
	SS	47	43,5	43,5	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	5,6	5,6	5,6
	S	38	35,2	35,2	40,7
	SS	64	59,3	59,3	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	12	11,1	11,1	11,1
	S	47	43,5	43,5	54,6
	SS	47	43,5	43,5	98,1
	TS	2	1,9	1,9	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	17	15,7	15,7	15,7
	S	41	38,0	38,0	53,7
	SS	49	45,4	45,4	99,1
	TS	1	,9	,9	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	5,6	5,6	5,6
	S	44	40,7	40,7	46,3
	SS	58	53,7	53,7	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

Y1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	3,7	3,7	3,7
	S	55	50,9	50,9	54,6
	SS	49	45,4	45,4	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	28	25,9	25,9	25,9
	S	49	45,4	45,4	71,3
	SS	21	19,4	19,4	90,7
	TS	10	9,3	9,3	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	32	29,6	29,6	29,6
	S	46	42,6	42,6	72,2
	SS	23	21,3	21,3	93,5
	TS	7	6,5	6,5	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

LAMPIRAN 5

Uji Validitas

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	total
X1.1	Pearson Correlation	1	,569**	,225*	,504**	,523**	,748**
	Sig. (2-tailed)		,000	,019	,000	,000	,000
	N	108	108	108	108	108	108
X1.2	Pearson Correlation	,569**	1	,201*	,403**	,490**	,674**
	Sig. (2-tailed)	,000		,037	,000	,000	,000
	N	108	108	108	108	108	108
X1.3	Pearson Correlation	,225*	,201*	1	,432**	,281**	,520**
	Sig. (2-tailed)	,019	,037		,000	,003	,000
	N	108	108	108	108	108	108
X1.4	Pearson Correlation	,504**	,403**	,432**	1	,594**	,671**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	108	108	108	108	108	108
X1.5	Pearson Correlation	,523**	,490**	,281**	,594**	1	,722**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,003	,000		,000
	N	108	108	108	108	108	108
Total	Pearson Correlation	,748**	,674**	,520**	,671**	,722**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	108	108	108	108	108	108
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	total
X2.1	Pearson Correlation	1	,555**	,243*	,567**	,673**
	Sig. (2-tailed)		,000	,011	,000	,000
	N	108	108	108	108	108
X2.2	Pearson Correlation	,555**	1	,307**	,527**	,642**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000	,000
	N	108	108	108	108	108
X2.3	Pearson Correlation	,243*	,307**	1	,297**	,635**
	Sig. (2-tailed)	,011	,001		,002	,000
	N	108	108	108	108	108
X2.4	Pearson Correlation	,567**	,527**	,297**	1	,620**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002		,000
	N	108	108	108	108	108
total	Pearson Correlation	,673**	,642**	,635**	,620**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	108	108	108	108	108
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Correlations					
		Y1	Y2	Y3	total
Y1	Pearson Correlation	1	,287**	,205*	,664**
	Sig. (2-tailed)		,003	,034	,000
	N	108	108	108	108
Y2	Pearson Correlation	,287**	1	,527**	,628**
	Sig. (2-tailed)	,003		,000	,000
	N	108	108	108	108
Y3	Pearson Correlation	,205*	,527**	1	,631**
	Sig. (2-tailed)	,034	,000		,000
	N	108	108	108	108
total	Pearson Correlation	,664**	,628**	,631**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	108	108	108	108
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).					

LAMPIRAN 6

Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	16,3889	4,315	,582	,695
X1.2	16,3704	4,553	,526	,715
X1.3	16,9352	4,024	,357	,809
X1.4	16,4537	4,194	,664	,669
X1.5	16,2593	4,231	,617	,683

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	13,0463	2,568	,584	,633
X2.2	13,2963	2,210	,596	,615
X2.3	13,3056	2,644	,339	,779
X2.4	13,1019	2,541	,600	,625

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	7,5370	2,288	,282	,690
Y2	8,2037	1,248	,549	,317
Y3	8,1667	1,374	,493	,415

LAMPIRAN 7

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,29021811
Most Extreme Differences	Absolute	,076
	Positive	,076
	Negative	-,065
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,146 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,480	,714		,672	,503
	Sistem Pengendalian Produksi	,076	,040	,240	1,895	,061
	Bauran Pemasaran	-,059	,050	-,149	-1,177	,242

a. Dependent Variable: ABS_RES

Uji multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,889	1,183		,752	,454		
	Sistem Pengendalian Produksi	,298	,066	,424	4,482	,000	,573	1,746
	Bauran Pemasaran	,281	,083	,321	3,397	,001	,573	1,746
a. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan								

LAMPIRAN 8

Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,889	1,183		,752	,454
	Sistem Pengendalian Produksi	,298	,066	,424	4,482	,000
	Bauran Pemasaran	,281	,083	,321	3,397	,001

a. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan

Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,679 ^a	,461	,451	1,30245

a. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran, Sistem Pengendalian Produksi

Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,889	1,183		,752	,454
	Sistem Pengendalian Produksi	,298	,066	,424	4,482	,000
	Bauran Pemasaran	,281	,083	,321	3,397	,001

a. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	152,650	2	76,325	44,993	,000 ^b
	Residual	178,119	105	1,696		
	Total	330,769	107			
a. Dependent Variable: Tingkat Pendapatan						
b. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran, Sistem Pengendalian Produksi						

LAMPIRAN 9

R tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897

125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

LAMPIRAN10

Tabel Uji t

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890

107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

LAMPIRAN 11

Tabel Uji F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76

113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75