

## PENGARUH KENAIKAN BIAYA PRODUKSI TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN PADA PRODUK UMKM

Muhamad Irchamsyah Hadiwijaya<sup>1, \*)</sup>, Kosasih<sup>2)</sup>, dan Andika Fahnizar<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Singaperbangsa Karawang

\*) Corresponding author: [adesaik23@gmail.com](mailto:adesaik23@gmail.com)

### **Abstract**

*This study aims to determine the effect of increasing production costs on consumer purchasing power on UMKM products. Using production costs as an independent variable, this study uses a questionnaire as a hypothesis testing tool. The criteria for the research sample taken are consumers who have purchased UMKM products before the increase in production costs and after the increase are still shopping, so that the changes can be seen. The data collection method uses simple random sampling, namely the questionnaire is distributed widely and can be filled in by respondents randomly as long as they meet the criteria as a requirement for respondents in this study. The questions in the questionnaire have also passed the validity and reliability test before being distributed to respondents. The data obtained were 30 respondents and then the data was processed using SPSS. From the results of this study, it can be concluded that the increase in production costs has a negative effect on people's purchasing power, or it means that the increase in production costs results in a decrease in purchasing power, this is in accordance with the research hypothesis.*

**Keywords:** production costs, consumer purchasing power, UMKM

### **PENDAHULUAN**

Salah satu penentu dari harga suatu produk atau barang adalah biaya bahan baku atau biaya produksi, semakin tinggi biaya produksi semakin tinggi pula harga barangnya. Maka dari itu pentingnya sebagai produsen untuk pandai mengatur biaya produksi agar bisa efisien. Dengan manajemen biaya yang baik, kita juga dapat mengatur berapa laba yang kita inginkan dari setiap produk dan berapa perkiraan produk yang harus terjual untuk mencapai titik impasnya. Namun seringkali banyak pedagang yang tidak memperhatikan biaya, yang mereka fokuskan hanya produknya bisa laku dipasaran dan ketika produknya habis ternyata mengalami kerugian. Disinilah mengapa dalam bidang ekonomi terdapat pelajaran khusus membahas tentang biaya yaitu “Akuntansi Biaya”. Biaya sendiri bukan hanya bahan baku, namun hal-hal apapun yang termasuk pengeluaran pada saat produksi hingga pemasaran berlangsung. Sehingga perlunya mempelajari bagaimana sikap atau keputusan yang diambil jika terjadi perubahan pada salah satu bagian dari biaya mengalami perubahan, jika mengalami penurunan mungkin tidak jadi masalah namun jika mengalami kenaikan yang mesti di atur kembali.

Harga sebuah barang adalah salah satu indikator paling utama dalam mempengaruhi daya beli konsumen, dan kenaikan biaya bisa saja berimbas terhadap harga barang yang akan ikut naik, salah satunya ini terjadi di produk

UMKM. Sehingga konsumen akan berfikir kembali apakah dia masih mau untuk berbelanja dengan kuantitas yang sama seperti sebelum kenaikan, atau justru mengurangi daya belinya. Hal ini menjadi pertanyaan apakah kenaikan biaya produksi ini berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen. UMKM menjadi pilihan dalam pengambilan sampel dikarenakan UMKM banyak ditemukan di sekitar kita. Serta kita bisa menemui hampir diseluruh pelosok negeri, sehingga dengan mengambil sampel dari konsumen produk UMKM itu sudah mewakili sebagian besar konsumen yang ada di Indonesia. Daya beli itu sendiri mencakup dua hal penting yang akan dibahas yaitu kuantitas belanja dan konsistensi belanja.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Daya Beli**

Daya beli adalah suatu kemampuan individu dalam membeli suatu barang ataupun jasa. Menghitung kuantitas barang yang mampu dibeli konsumen dengan jumlah mata uang yang tetap adalah cara menilai suatu daya beli. Sudah dilakukan penelitian terkait kemampuan daya beli masyarakat secara berkala oleh para ahli dan pemerintah dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana keadaan perekonomian di masyarakat. Dengan melihat daya beli masyarakat ini mampu merepresentasikan suatu kondisi perekonomian negara. Kemudian tingkat inflasi dan deflasi juga berkaitan erat dengan daya beli. Dengan mereset daya beli masyarakat, maka kita dapat memperkirakan kondisi kesehatan keuangan di suatu negara. Daya beli masyarakat dapat dipengaruhi oleh: 1) Harga, 2) Tingkat pendapatan riil masyarakat di suatu wilayah, 3) Pajak, 4) Jumlah pekerja dan tingkat pengangguran, 5) Nilai tukar mata uang, 6) Suku bunga, 7) Ketersediaan kredit. Namun dari berbagai faktor tersebut, harga masih menjadi indikator utama yang sangat berpengaruh terhadap daya beli masyarakat.

### **Biaya Produksi**

Biaya adalah pengeluaran modal yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk berupa barang atau jasa. Biaya tentu menjadi penentu harga jual dari sebuah produk, kenaikan harga pun salah satu penyebabnya adalah kenaikan biaya. Manajemen terhadap biaya juga sangatlah penting karena tanpa menghitung dengan benar terhadap biaya, seorang pembisnis tidak bisa menentukan target laba dan akan sulit menentukan berapa minimal produk yang terjual agar mencapai titik impas. Biaya produksi adalah salah satu klasifikasi biaya paling penting karena menjadi penentu dalam pembuatan suatu produk termasuk pada UMKM.

### **Teori Prestise**

Prestise sering disebut juga dengan sebagai kehormatan yang didapat seseorang atas kesanggupan memiliki berbagai macam hal yang membuatnya seolah-olah tampak berbeda atau spesial jika dibandingkan dengan orang lain disekitarnya. Kondisi dimana seseorang merasa bangga karena memiliki barang dan atau jasa tertentu disebut prestise (Eunike et al., 2022). Faktor psikologis menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi. Faktor tentang kejiwaan yang dirasakan seseorang yang mempengaruhi gaya hidupnya dalam hal pengambilan keputusan disebut psikologis. Prestise menjadi salah satu aspek berpengaruh terhadap tingkat daya beli masyarakat.

### **Pengembangan Hipotesis**

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli, salah satunya adalah harga. Harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi daya beli konsumen untuk berbelanja, dihubungkan dengan naiknya biaya produksi ini mungkin akan membuat harga barangpun akan ikut naik, karena biaya akan menjadi penentu harga dari barang tersebut, sehingga ini akan berpengaruh terhadap harga dan kemudian terhadap daya beli konsumen itu sendiri. Dengan mengetahui bahwa harga adalah faktor paling berpengaruh terhadap daya beli, hal ini berarti semakin tinggi harga sebuah barang, maka terjadi penurunan terhadap daya beli masyarakat terhadap barang tersebut. Sehingga kenaikan harga barang bisa disebabkan akibat dari kenaikan biaya produksi. H1: Kenaikan biaya produksi berpengaruh negatif terhadap daya beli konsumen

Harga akan menjadi faktor yang paling diperhatikan oleh seorang pengamat ekonomi untuk mengetahui tingkat pengaruhnya terhadap daya beli masyarakat di sebuah wilayah. Dengan mengetahui kenaikan harga kita akan bisa menyimpulkan apakah memang pengaruhnya terhadap daya beli ini sangatlah besar atau tidak. Dalam hal ini faktor yang mempengaruhi harga juga perlu diperhatikan, salah satu penyebab perubahan harga suatu barang adalah biaya produksi yang mengalami perubahan, dimana jika biaya produksi barang meningkat tentu ini mengakibatkan harga barang pun akan mengalami peningkatan. Hal ini sehingga kenaikan biaya produksi akan berpengaruh terhadap daya beli masyarakat. Dengan demikian salah satu faktor pengaruh daya beli masyarakat adalah biaya produksi suatu barang. Dalam hipotesis ini kita akan menguji apakah dari kenaikan biaya produksi tersebut berdampak signifikan terhadap daya beli konsumen.

### **METODE PENELITIAN**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen UMKM yang sudah berbelanja mulai dari sebelum kenaikan biaya produksi hingga setelah kenaikan biaya produksi apakah tetap konsisten berbelanja atau tidak. Kemudian sampel dipilih menggunakan teknik simple random sampling dengan kriteria; a) konsumen produk UMKM yang masih berbelanja, b) konsumen yang sudah berbelanja mulai dari sebelum kenaikan biaya produksi sampai setelah mengalami kenaikan. Data yang akan digunakan adalah hasil dari kuisisioner konsumen yang akan diuji tingkat signifikansinya. Alat olah data menggunakan SPSS versi 27.0. terdapat 2 variabel dalam penelitian ini yaitu variabel X dan variabel Y. Variabel X adalah biaya produksi dan variabel Y adalah daya beli konsumen. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner menggunakan skala likert 6 poin, item pertama menunjukkan bahwa responden sangat tidak setuju dengan kuesioner yang diberikan (STS) dan item yang keenam menunjukkan jawaban sangat setuju sekali dengan kuesioner yang diberikan (SSS). Model Penelitian dan Operasionalisasi Variabel Penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana yang akan digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Persamaan regresi linear sederhana merupakan regresi yang hanya terdiri dari satu variabel dependen dan satu variabel independen: Rumus analisis persamaan regresi linear sederhana:  $Y = a + bX$  Penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu variabel dependen (Y) dan independen (X). Variabel dependen yang digunakan yaitu daya beli yang dapat diukur dari 4 indikator yang bisa mempengaruhi yaitu pendapatan, kemampuan masyarakat, harga barang, dan kebutuhan. Variabel independen yang digunakan penelitian ini

yaitu biaya produksi yang dapat diukur melalui empat indikator yaitu bahan baku, tenaga kerja, biaya overhead, dan pajak. Dan kemudian indikator-indikator tersebut dibuat sebagai pertanyaan dalam kuesioner penelitian yang kemudian disebarakan kepada responden konsumen alfamart yang telah memenuhi kriteria.

**Tabel 1**  
**Variabel, Indikator, dan Skala Pengukuran**

No.	Variabel	Indikator	No. Pertanyaan	Skala Pengukuran
1	Biaya Produksi	a. Bahan baku	1	Interval
		b. Tenaga kerja	2	
		c. biaya overhead	3	
		d. pajak	4	
2	Daya Beli Konsumen	a. Pendapatan masyarakat	5	Interval
		b. Kemampuan masyarakat	6	
		c. Harga suatu barang	7	
		d. Kebutuhan	8	

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskriptif Responden

Responden yang diambil datanya adalah sebanyak 30 konsumen produk UMKM yang masih konsisten berbelanja dari sebelum kenaikan biaya produksi hingga saat ini, serta responden mengetahui kenaikan biaya produksi tersebut. Data responden diambil secara acak atau menggunakan simple random sampling.

**Tabel 2**  
**Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
biaya produksi	30	15	22	18,90	1,647
daya beli	30	11	20	14,67	2,279
Valid N (listwise)	30				

**Uji Normalitas**

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0
	Std. Deviation	1
Most Extreme Differences	Absolute	,214
	Positive	,214
	Negative	-,185
Kolmogorov-Smirnov Z		1,170
Asymp. Sig. (2-tailed)		,129
a. Test distribution is Normal.		
b. User-Specified		

Berdasarkan hasil perhitungan uji normalitas diatas diketahui bahwa nilai signifikansinya adalah  $0,129 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

**Uji Koefisien Determinasi (R2)**

**Tabel 4**  
**Uji Koefisien Determinasi (R2)**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,422 <sup>a</sup>	,178	,149	2,103
a. Predictors: (Constant), Biaya produksi				
b. Dependent Variable: daya beli				

Nilai R-squared 0,149 yang berarti hanya sebanyak 14,90% perubahan daya beli konsumen dipengaruhi oleh kenaikan biaya produksi, sisanya 85,10% perubahan daya beli konsumen dipengaruhi oleh faktor lain.

**Uji T**

**Tabel 5**  
**Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25,714	4,496		5,719	,000
	Biaya produksi	-,584	,237	-,422	-2,466	,020

a. Dependent Variable: daya beli

Nilai signifikansi menunjukkan angka  $0,02 < 0,05$  maka H1 diterima, yang artinya bahwa kenaikan biaya produksi berpengaruh negatif terhadap daya beli. Pengaruh negatif dapat dilihat di angka beta yang menunjukkan nilai minus (-). Dan angka 0,422 menunjukkan bahwa hubungan antar variabelnya termasuk dalam tingkat korelasi sedang.

**Pembahasan**

Pengaruh Kenaikan biaya produksi Terhadap Daya Beli Konsumen UMKM Nilai signifikansi pada uji tersebut menghasilkan  $0,02 < 0,05$  dengan nilai beta – 0,422 yang artinya ditemukannya pengaruh negatif dari biaya produksi terhadap daya beli, jadi H1 diterima. Hal ini berarti kenaikan biaya produksi mengakibatkan penurunan daya beli konsumen. Namun dalam hasil uji penelitian ini menunjukkan bahwa kenaikan biaya produksi tidak menjadi faktor terbesar dalam mempengaruhi perubahan daya beli konsumen, dilihat dari nilai uji koefisien determinasi menunjukkan angka 0,149 yang berarti hanya 14,90% saja pengaruh biaya produksi ini terhadap daya beli konsumen dan 80,10% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Dalam salah satu indikator terbesar daya beli adalah harga, sehingga kenaikan biaya produksi menjadi beban tambahan pada harga jual suatu barang dan kenaikan harga tersebut berakibat pada daya beli konsumen yang semakin menurun. Walaupun pengaruhnya tidak begitu kuat terhadap daya beli, namun tetap saja kenaikan biaya produksi membuat penurunan daya beli tetap dirasakan konsumen.

**SIMPULAN DAN SARAN**

**Simpulan**

Jika kita lihat dari hasil dan pembahasan analisis data oleh program SPSS versi 27.0. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian tersebut yaitu Kenaikan biaya produksi memberikan pengaruh negatif terhadap daya beli. Hal ini sesuai dengan hipotesis pada penelitian ini, walaupun tingkat korelasinya tidak terlalu besar. Namun tidak bisa dipungkiri bahwa kenaikannya tetap dirasakan oleh konsumen, para konsumen setidaknya mengurangi kuantitas belanjanya karena harga yang kian naik akibat kenaikan biaya produksi tersebut. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu jumlah responden hanya 30, hal ini menjadikan hasil penelitian tidak terlalu kuat, dan area pengambilan sampel belum terlalu luas sehingga sampel yang diambil tidak merata dan juga tidak mewakili setiap populasi konsumen diberbagai daerah. Serta penelitian ini juga memiliki waktu yang sangat singkat sehingga pencarian dan pengolahan data juga tidak maksimal.

## **Saran**

### **1. Saran bagi pemerintah**

Berdasarkan penelitian ini pemerintah bisa semakin mempertimbangkan lagi dalam membuat keputusan mengenai kenaikan harga produk yang berpengaruh terhadap kenaikan barang-barang yang dibutuhkan UMKM, yaitu seperti kenaikan BBM dan lainlain. karena dampak kenaikan BBM itu sendiri memiliki banyak pengaruh terhadap jalannya perekonomian di Indonesia seperti harga bahan- bahan produksi menjadi semakin mahal yang mengakibatkan harga jual naik dan daya beli masyarakat yang akan menurun, karena jika daya beli masyarakat turun maka perputaran perekonomian juga ikut menurun. Maka diharapkan pemerintah untuk menjaga kestabilan harga agar perekonomian masyarakat stabil dan perputaran uang berjalan dengan baik dimasyarakat.

### **2. Saran bagi Masyarakat**

Berdasarkan pada kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran kepada masyarakat agar masyarakat dapat semakin efisien dalam berbelanja, serta harus siap ketika barang dipasaran mengalami kenaikan harga. Jika biaya mengalami kenaikan yang disebabkan pemerintah, maka perlu diketahui pemerintah menaikkan harga pun untuk menjaga kestabilan ekonomidan menyesuaikan dengan pasar global yang mana tujuannya pun untuk masyarakat.

### **3. Saran bagi penelitian selanjutnya**

Penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambah variabel maupun metode yang digunakan dan juga diharapkan memperluas area dan menambah jumlah pengambilan sampel sehingga hasil penelitian mewakili populasi yang lebih luas serta memberikan hasil yang lebih kuat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Eunike, S. P., Sondakh, J., & Gerungai, N. (2022). Analisis Potensi dan Efektivitas Penerimaan PadaPajak Penerangan Jalan Kabupaten Minahasa Utara. LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Hukum), Vol 5(No 2), 957– 964.
- Mulyana, A. (2017). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Lab Ausaha SamsungCo Tahun 2009-2015. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(3), 185-196.
- Gonibala, N., Masinambow, V. A., & Maramis, M. T. B. (2019). Analisis pengaruh modal dan biayaproduksi terhadap pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(01)
- Yuda, I. M. A., & Sanjaya, I. K. P. W. (2020). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017. *WACANA*

EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi), 19(1), 35-42.

Putra, I. G. E. S., Susila, G. P. A. J., SE, M., Yulianthini, N. N., & SE, M. (2016). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 4(1).

Sembiring, M., & Siregar, S. A. (2018). Pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih. *Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan*, 2(3), 135-140