

Pengaruh Promosi Terhadap Perolehan Laba pada UKM Keripik Cinta Kecamatan Gebang Langkat

Rinda Rindiani¹, Azhar², dan Anjur Perkasa Alam³

¹STAI Jam'iyah Mahmudiyah Langkat, rindarindiani10@gmail.com

²STAI Jam'iyah Mahmudiyah Langkat, azharmedan518@gmail.com

³STAI Jam'iyah Mahmudiyah Langkat, anjurpohan@gmail.com

Abstrak

Dunia usaha merupakan dunia bisnis yang penuh resiko dan ketidakpastian, yaitu antara keberhasilan dan kegagalan mudah dan cepat terjadi. Kewirausahaan dapat diartikan sebagai proses yakni proses penciptaan yang baru (kreasi yang baru) dan membuat sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (inovasi). Sedangkan wirausaha mengacu kepada orang yang melaksanakan proses penciptaan kesejahteraan/ kekayaan dan nilai tambah, melalui penalaran dan panetasa gagasan, memadukan sumber daya dan merealisasikan gagasan tersebut menjadi kenyataan. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat asosiatif (hubungan), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hasil penelitian, terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap perolehan laba UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat. Hal ini dibuktikan dari hasil uji hipotesisi yaitu uji t dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,30 > 0,05$) dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($2,268 > 2,02809$) maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Promosi yang dilakukan mempengaruhi perolehan laba UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat hanya sebesar 10,9%, sedangkan sisanya sebesar 89,1% ($100\% - 10,9\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti pandemi, penjualan, lokasi, beban gaji, pengeluaran, dan lain-lain. Terdapat hubungan yang positif antara Promosi (X) dengan Perolehan Laba (Y), semakin sering dan efektif promosi yang dilakukan oleh UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat maka perolehan Laba pada UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat akan semakin meningkat meskipun tidak signifikan.

Kata Kunci: Promosi; Laba; UKM Keripik Cinta

Abstract

The business world is a business world full of risk and uncertainty, that is, between success and failure, it happens easily and quickly. Entrepreneurship can be interpreted as a process, namely the process of creating new (new creations) and making something different from existing ones (innovation). While entrepreneurship

refers to people who carry out the process of creating wealth/wealth and added value, through reasoning and generating ideas, combining resources and realizing these ideas into reality. The research approach used in this study is associative (relationship), associative research is research that aims to determine the relationship between two or more variables. The results of the study, there is a significant influence between promotions on profits for UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gbang Langkat. This is evidenced by the results of the hypothesis test, namely the t-test with a significance value greater than 0.05 ($0.30 > 0.05$) and a $t_{count} < t_{table}$ ($2.268 > 2.02809$), so there is no effect of variable X on variable Y. The promotions carried out affect the profit of the Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat is only 10.9%, while the remaining 89.1% ($100\% - 10.9\%$) is influenced by other variables such as the pandemic, sales, location, salary expenses, expenses, and others. There is a positive relationship between Promotions (X) and Profits (Y), the more frequent and effective the promotions carried out by UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat then the acquisition of profit at UKM Cinta Chips Mas Hendro Kec. Gebang Langkat will increase even though it is not significant.

Keywords: Promotion; Profit; UKM Chips Love

A. PENDAHULUAN

Islam bukan hanya mengatur urusan manusia dengan Tuhannya, melainkan juga mengatur urusan manusia dengan sesamanya. Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah sebagai penuntun memiliki daya jangkau dan daya atur yang universal dapat dilihat dari segi teksnya yang selalu tepat untuk diimplikasikan dalam kehidupan aktual, misalnya, daya jangkau dan daya aturnya dalam bidang perekonomian umat. Kewirausahaan merupakan fenomena yang cukup populer disaat ini, dan memungkinkan akan menjadi pola dan tatanan baru dalam kehidupan masyarakat. Dunia usaha merupakan dunia bisnis yang penuh resiko dan ketidakpastian, yaitu antara keberhasilan dan kegagalan mudah dan cepat terjadi. Kewirausahaan dapat diartikan sebagai proses yakni proses penciptaan yang baru (kreasi yang baru) dan membuat sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (inovasi). Sedangkan wirausaha mengacu kepada orang yang melaksanakan proses penciptaan kesejahteraan/ kekayaan dan nilai tambah, melalui penalaran dan panetasa gagasan, memadukan sumber daya dan merealisasikan gagasan tersebut menjadi kenyataan (Amirullah, Imam Hardijo : 2005), (Rianto et al., 2020).

Berwirausaha dapat dilakukan dengan membuka usaha kecil atau mikro. Usaha kecil adalah bentuk usaha atau bisnis yang diselenggarakan dengan batas kemampuan yang terbatas serta modal kerja yang terbatas pula. Dengan adanya *home industri* keripik ubi, masyarakat yang memiliki kebun ubi bisa menjual hasil perkebunan ubi mereka kepada pengelola usaha keripik ubi yang ada di Desa Air Hitam, industri keripik ubi di Desa Air Hitam di kelolah oleh Masyarakat Setempat yang pada umumnya bermata pencarian sebagai petani dan pedagang. Tenaga kerjanya kebanyakan berasal dari keluarga sendiri, namun ada juga tenaga kerja berasal dari masyarakat setempat. Usaha keripik ubi ini adalah salah satu usaha yang ada di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang usaha yang

masih tergolong tradisional ini sudah membuktikan keberhasilannya dengan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, walaupun usaha ini belum tergolong usaha besar, namun usaha ini telah mampu menambah pendapatan masyarakat khususnya keluarga, sebagian besar dari kebutuhan pokok keluarga, khususnya bahan pangan, sandang dan kebutuhan sekolah anak telah dapat dipenuhi oleh hasil.

Kemajuan industri ini baru mengalami perkembangan di segi pengelolaannya, namun di dalam pemasaran dan memproduksi industri keripik ubi ini masih banyak terdapat kendala-kendala. Kalau kita lihat dari pengelolaan usaha keripik ubi ini sudah hampir mampu memberikan hasil produksi yang baik. Hal ini dilihat banyaknya permintaan konsumen dan peminatnya khususnya di Desa Air Hitam Kecamatan Gebang, namun dalam segi pemasaran dan memproduksi banyak terdapat kendala, salah satunya adalah Promosi untuk peningkatan laba UKM. Promosi adalah kegiatan seorang marketing. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan yang lainnya. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung (Kasmir, 2015).

Promosi merupakan sarana komunikasi antara pihak yang satu kepada pihak yang lain untuk memperkenalkan segala jenis bentuk produk yang dimiliki bank tersebut. Promosi adalah cara yang digunakan dalam mempengaruhi konsumen dengan menjelaskan mengenai produk yang ditawarkan. Dengan mempengaruhi konsumen secara terus menerus baik langsung maupun tidak langsung kegiatan promosi bertujuan agar calon konsumen dapat mengenal terlebih dahulu produk yang ditawarkan kemudian tertarik dan kemudian dapat mengambil keputusan untuk memilih produk tersebut. Di dalam manajemen pemasaran. Kebijakan promosi biasanya dipecahkan menjadi dua cara, yaitu :

1. Periklanan (advertising)

Iklan adalah salah satu sarana dari promosi yang digunakan oleh konsumen untuk menginformasikan segala jenis produknya. Informasi yang diberikan adalah mengenai kelebihan dan manfaat produk. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi lewat iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti lewat : pemasangan billboard, pencetakan brosur, pemasangan spanduk, melalui koran, majalah, televisi serta radio.

2. Promosi penjualan

Hal ini membuktikan bahwa usaha kecil ini sesungguhnya mampu meningkatkan perekonomian masyarakat terutama ekonomi keluarga. Usaha keripik ubi cinta ini sudah memiliki beberapa cabang di Kabupaten Langkat, apalagi di wilayah Kecamatan Gebang. Banyak angkutan umum yang melewati jalan lintas Medan Banda Aceh tertarik untuk singgah dan membeli keripik ubi cinta sebagai oleh-oleh untuk kerabat atau keluarga di rumah. Usaha rumahan seperti ini dapat membantu meningkatkan perekonomian kerluarga bahkan perekonomian Islam.

B. KAJIAN TEORI

Promosi adalah kegiatan seorang marketing. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan yang lainnya. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung (Kashmir : 2008). Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk adalah :

1. Fungsi suatu produk
2. Wujud luar dari suatu produk
3. Biaya produk yang bersangkutan
4. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para nasabah yang merasa puas. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabahnya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi para nasabah dan terciptanya loyalitas nasabah, dan membentuk suatu rekomendasi dari satu orang ke orang lain yang menguntungkan bagi perusahaan. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual suatu produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.
5. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi bagi sebuah perusahaan yang ingin memajukan usahanya. Untuk mendapatkan kepuasan, maka perlu mengetahui harapan yang diinginkan oleh para nasabah. Terdapat tiga faktor yang dapat dikendalikan oleh pemasar yang mempengaruhi kepuasan konsumennya, yaitu : kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga. Sedangkan dua faktor lainnya, yaitu : faktor situasional dan faktor personal diluar kendali perusahaan.
6. Laba merupakan hal yang penting dan paling dasar dari ikhtisar keuangan yang memiliki beberapa kegunaan. Setiap perusahaan akan berusaha untuk memperoleh laba yang maksimal, sebab setiap laba yang diperoleh perusahaan akan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan tersebut.
7. Laba adalah kelebihan penghasilan diatas biaya-biaya selama satu periode akuntansi. Sebuah perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memperoleh laba yang optimal dengan biaya yang efektif dan efisien. Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu. Laba merupakan indikator prestasi atau kinerja perusahaan. Dengan laba yang diperoleh perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidup dan mengembangkan perusahaan
8. Laba adalah perbandingan antara pendapatan dengan beban jikalau pendapatan melebihi beban maka hasilnya adalah laba bersih. Laba bersih mengindikasikan profitabilitas perusahaan. Apabila dalam suatu perusahaan memiliki pendapatan lebih besar daripada beban, maka perusahaan akan memperoleh laba. Menurut ilmu ekonomi pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode (Olivia, 2019).

Peningkatan perekonomian masyarakat adalah cara atau usaha yang dilakukan oleh masyarakat dalam mengatur perekonomian rumah tangga untuk menjadi lebih baik dengan tujuan dapat memenuhi kebutuhan hidup. Seperti halnya yang disampaikan oleh Irzan Arzhary (2010) mengemukakan tentang

manfaat yang diberikan oleh industri kecil sebagai berikut:

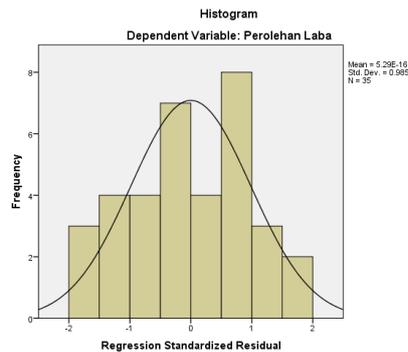
1. Terpenuhi kebutuhan masyarakat, baik kebutuhan sandang, pangan dan papan.
2. Terciptanya lapangan kerja baru, semakin banyak industri yang dibangun maka banyak pula tenaga kerja yang diserap terutama pada industri pada karya.
3. Dapat meningkatkan pendapatan perkapita.
4. Dapat ikut serta mendukung pembangunan nasional dibidang ekonomi terutama sektor industri. Seperti halnya dalam berwirausaha, berhasilnya suatu usaha akan berdampak pada perekonomian masyarakat, telah banyak orang yang mencapai kesejahteraan dengan berwirausaha.
5. Menyerap Tenaga Kerja
Adanya industri dapat meningkatkan pembangunan perekonomian, sedangkan dampak dari pembangunan ini semakin luasnya kesempatan kerja yang bersifat produktif untuk masyarakat, yang nantinya akan berdampak menambah pendapatan nyata bagi masyarakat. Banyaknya masyarakat yang tidak dapat pekerjaan kini menjadi masalah tetapi dengan adanya pendirian industri membuat pengangguran semakin berkurang.
6. Meningkatkan Pendapatan Masyarakat
Masyarakat dapat memproduksi dan menjual produknya sehingga dapat meningkatkan pendapatan mereka. Pendapatan yang mereka dapatkan juga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka.
7. Terbentuknya usaha di sektor non formal sektor industri kecil yang dikelola dengan sistem manajemen yang baik akan membentuk suatu industri dalam sektor nonformal. Selain itu dampak adanya industri rumah tangga menurut Undang-undang No.5 Tahun 1984 tentang perindustrian adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, bahan setengah jadi dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya.
8. Meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat secara adil dan merata.
9. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara bertahap
10. Meningkatkan kemampuan dan penguasaan serta mendorong terciptanya teknologi yang cepat guna.
11. Meningkatkan keikutsertaan masyarakat dan kemampuan golongan ekonomi lemah, agar berperan secara aktif dalam pembangunan industri.
12. Memperluas dan meratakan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha serta meningkatkan peranan koperasi industri
13. Meningkatkan devisa melalui peningkatan ekspor hasil produksi
14. Mengembangkan pusat-pusat pertumbuhan industri yang menunjang pembangunan daerah
15. Menunjang dan memperkuat stabilitas nasional yang dinamis dalam rangka memperkuat ketahanan nasional.

C. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat asosiatif (hubungan), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. (Sugiono, 2010), (Arikunto, 1998).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan gambar, histogram *Regression Residual* membentuk kurva seperti lonceng maka nilai residual tersebut dinyatakan normal atau data berdistribusi normal.

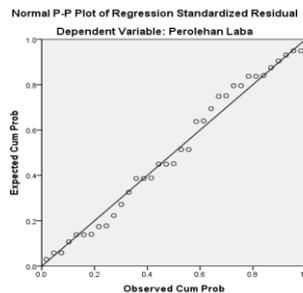


Sumber: Data Diolah

Gambar 1
Histogram Perolehan Laba

1. Uji Grafik P-P Plot

Berdasarkan grafik di bawah, titik-titik mengikuti atau merapat ke garis diagonal maka data dalam penelitian ini normal atau berdistribusi normal.



Sumber: Data Diolah

Gambar 2
P-P Plot Perolehan Laba

2. Uji t

Berdasarkan tabel 1 nilai t_{hitung} diperoleh 2,268 dengan tingkat signifikansi 0,30 karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,30 > 0,05$) dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($2,268 < 2,02809$) maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Hipotesis H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap perolehan laba UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat.

Tabel 1
Hasil Olah Data SPSS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	14.511	3.032		4.785	.000		
Promosi	.338	.149	.367	2.268	.030	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Perolehan Laba
Sumber: Data diolah

Besarnya angka adjusted r square adalah 0,109 atau sebesar 10,9%. Dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan mempengaruhi perolehan laba UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat hanya sebesar 10,9%, sedangkan sisanya sebesar 89,1% (100% - 10,9%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti pandemi, penjualan,

Tabel 2
Hasil Olah Data Lanjutan SPSS

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.367 ^a	.135	.109	2.085	1.440

a. Predictors: (Constant), Promosi
b. Dependent Variable: Perolehan Laba
Sumber: Data diolah

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 3
Olah Data Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	14.511	3.032		4.785	.000		
Promosi	.338	.149	.367	2.268	.030	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Perolehan Laba
Sumber: Data diolah

Kewirausahaan dapat diartikan sebagai proses yakni proses penciptaan yang baru (kreasi yang baru) dan membuat sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (inovasi). Sedangkan wirausaha mengacu kepada orang yang melaksanakan proses penciptaan kesejahteraan/ kekayaan dan nilai tambah, melalui penalaran dan panetasa gagasan, memadukan sumber daya dan merealisasikan gagasan tersebut menjadi kenyataan. Berwirausaha dapat dilakukan dengan membuka usaha kecil atau mikro. Usaha kecil adalah bentuk usaha atau bisnis yang diselenggarakan dengan batas kemampuan yang terbatas serta modal kerja yang terbatas pula. Dalam sistem ekonomi Islam, kata produksi merupakan salah satu

kata kunci yang terpenting. Produksi, yaitu bagaimana komoditas yang dibutuhkan itu dihasilkan agar masalah tercapai, yakni kemasalahan individu dan masyarakat tercapai. UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat selama ini berupa pemasangan spanduk, penyebaran brosur, media sosial, kegiatan sponsorship terhadap kegiatan amal atau sosial, publisitas dan ikut serta dalam kegiatan pasar keuangan syariah. Selain itu promosi yang dilakukan juga berupa kegiatan *open table* dan serbu pasar.

Hasil analisa data penulis yang bersumber dari angket yang disebar kepada seluruh pekerja dan pemilik UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat. Hasil analisa data menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap perolehan laba UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat. Hal ini diperoleh dari hasil uji hipotesis yaitu uji t yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,30 > 0,05$) dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($2,268 > 2,02809$) maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Selain itu pada uji r diketahui bahwa promosi yang dilakukan mempengaruhi perolehan laba UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat hanya sebesar 10,9%, sedangkan sisanya sebesar 89,1% ($100\% - 10,9\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti pandemi, penjualan, lokasi, beban gaji, pengeluaran, dan lain-lain. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Promosi (X) dengan Perolehan Laba (Y), semakin sering dan efektif promosi yang dilakukan oleh UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat maka Perolehan Laba pada UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat akan semakin meningkat. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dapat dijelaskan pada pembahasan hasil penelitian ini bahwa promosi yang dilakukan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perolehan laba UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat.

E. KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap perolehan laba UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat. Hal ini dibuktikan dari hasil uji hipotesis yaitu uji t dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,30 > 0,05$) dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($2,268 > 2,02809$) maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
2. Promosi yang dilakukan mempengaruhi perolehan laba UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat hanya sebesar 10,9%, sedangkan sisanya sebesar 89,1% ($100\% - 10,9\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti pandemi, penjualan, lokasi, beban gaji, pengeluaran, dan lain-lain.
3. Terdapat hubungan yang positif antara Promosi (X) dengan Perolehan Laba (Y), semakin sering dan efektif promosi yang dilakukan oleh UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat maka perolehan Laba pada UKM Keripik Cinta Mas Hendro Kec. Gebang Langkat akan semakin meningkat meskipun tidak signifikan.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Olivia, H. (2019). Penerapan Analisis Roi (Return On Investment) Untuk Memprediksi Pendapatan Perusahaan. *Kitabah*, 3(2), 211–218.
- Rianto, H., Olivia, H., & Awin Fahmi, D. (2020). Penguatan Tata Kelola Dan

Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha Di Kawasan Wisata Tiga Ras
Danau Toba. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(2), 291–299.
Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.