

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA FRESYA JAYA LAUNDRY DI KELURAHAN TEMBILAHAN HULU KECAMATAN TEMBILAHAN HULU

Teddy Adya Pratama¹, Dharmasetiawan², Bayu Fajar Susanto³

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis¹²³

Universitas Islam Indragiri

Email: teddyadya14@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted at Fresya Jaya Laundry in the Tembilahan Hulu Village, Tembilahan Hulu District, with the aim of determining the effect of customer satisfaction on business income. The research population consisted of 150 customers of Fresya Jaya Laundry in 2023. The sample size was determined using Slovin's formula, resulting in 60 respondents. Data analysis was performed using Simple Linear Regression. The results showed that the coefficient of determination (R^2) was 66.1%, meaning that the business income variable is influenced by the explanatory variable, customer satisfaction. The remaining 33.9% is influenced by other variables not included in this study. From the simple linear regression test, the equation obtained was $Y = 3.058 + 0.704X + \varepsilon$. Based on the t-test (partial test), the customer satisfaction variable (X) had a t-value of 10.631, which is greater than the t-table value of 2.002 ($10.631 > 2.002$). This indicates that customer satisfaction has a positive and significant partial effect on business income (Y).

Keywords: Customer Satisfaction, Business Income

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan pada Fresya Jaya Laundry di Kelurahan Tembilahan Hulu Kecamatan Tembilahan Hulu dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pendapatan usaha. Populasi penelitian yang dilakukan peneliti adalah konsumen Fresya Jaya Laundry pada tahun 2023 yang berjumlah 150 orang, kemudian sampel penelitian dengan rumus Slovin menjadi 60 orang. Analisis data menggunakan Regresi Linear Sederhana, dari hasil dipenelitian diperoleh uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 66,1%, variabel Pendapatan Usaha dipengaruhi oleh variabel penjelas yaitu Kepuasan Pelanggan. Sisanya 33,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam variabel penelitian ini. Dari hasil uji linear sederhana hasil penelitian diperoleh persamaan $Y = 3,058 + 0,704X + \varepsilon$, berdasarkan hasil uji t (parsial) untuk variabel Kepuasan Pelanggan (X) mempunyai t_{hitung} sebesar 10,631. Nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} 2,002, atau $10,631 > 2,002$, artinya secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Pendapatan Usaha (Y).

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Pendapatan Usaha

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam dunia usaha hal penting yang perlu di perhatikan oleh pelaku usaha adalah kemampuan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan agar konsumen tidak berpindah ke pesaing yang memiliki usaha sama dengan kita. Secara umum, para pelanggan menginginkan hal-hal sederhana yaitu: produk atau jasa yang berkualitas karena mereka merasa mendapat balasan atas uang yang telah dikeluarkan, aksebelitas karena mereka tidak perlu bersusah payah untuk memperoleh produk anda, dan pelayanan pelanggan yang baik karena mereka di perlakukan secara hormat, dan setiap proses transaksi berjalan secara lancar dan efisien (Susan, 2021: 17).

Menurut Lili Suryati (2019:85) ada beberapa pendapat ahli tentang kepuasan pelanggan yaitu menurut Day menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Wilkie menyatakan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Engel, et al, menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang- kurangnya sama atau memenuhi harapan. Kotler, et al, menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Yazid mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara unjuk kerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin konsumen akan merasa kecewa).

Pelayanan dalam kepuasan pelanggan yang diberikan harus maksimal. Kepuasan pelanggan menjadi hal utama yang harus di perhatikan. Jangan ragu untuk memberikan *reward* (bonus atau harga tertentu) kepelanggan setia. Jangan sampai karena pelayanan yang tidak baik pelanggan merasa kecewa. Pelayanan yang baik butuh manajemen yang baik. Manajemen adalah *to manage* yaitu mengurus, ada juga yang menggunakan istilah tata laksana, intinya manajemen adalah pengurusan suatu usaha atau dengan kata lain manajemen adalah mengatur, mengurus, membina, memimpin agar tujuan suatu usaha tercapai sesuai yang dikehendaki.

Kepuasan pelanggan yang di berikan oleh suatu usaha di harapkan dapat meningkatkan pendapatan pada setiap penjualan barang atau penyajian jasa, sehingga usaha yang di buka dapat bertahan dan bersaing dengan usaha-usaha lainnya hingga akhirnya dapat mendatangkan keuntungan dapat merekrut banyak tenaga kerja.

Pendapatan merupakan tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan. Sebagai suatu organisasi yang berorientasi profit maka pendapatan mempunyai peranan yang sangat besar. Pendapatan merupakan faktor penting dalam operasi suatu perusahaan, karena pendapatan akan mempengaruhi tingkat laba yang diharapkan akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Ikatan Akuntan Indonesia (2019:22) dalam repository.stei mengungkapkan dalam Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) mendefinisikan Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti dan sewa.

Menurut Harnanto (2019:102) dalam repository.stei menuliskan bahwa pendapatan adalah kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya. Menurut Sohib (2018:47) dalam repository.stei pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang/jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu. Bagi perusahaan, pendapatan yang diperoleh atas operasi pokok akan menambah nilai aset perusahaan yang pada dasarnya juga akan menambah modal perusahaan. Namun untuk kepentingan akuntansi, penambahan modal sebagai akibat penyerahan barang atau jasa kepada pihak lain dicatat tersendiri dengan akun pendapatan.

Dilihat dari berbagai definisi-definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah jumlah masukan yang didapat atas jasa yang diberikan oleh perusahaan yang bisa meliputi penjualan produk dan atau jasa kepada pelanggan yang diperoleh dalam suatu aktivitas operasi suatu perusahaan untuk meningkatkan nilai aset

serta menurunkan liabilitas yang timbul dalam penyerahan barang atau jasa.

Pendapatan (*Revenue*) suatu perusahaan selain memperoleh pendapatan yang berasal dari kegiatan utama juga memperoleh pendapatan yang berasal dari kegiatan transaksi lainnya, maka pendapatan dapat dibedakan dalam dua kelompok yaitu Pendapatan Operasional (*Operating Revenue*) dan Pendapatan Non Operasional (*Non Operating Revenue*). Pendapatan Operasional (*Operating Revenue*) merupakan hasil yang didapat langsung dari kegiatan operasional suatu perusahaan sebagai hasil usaha pokok yang dilakukan oleh perusahaan. Pendapatan operasional merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar perusahaan yang akan menjadi keuntungan. Pendapatan Non operasional (*Non Operating Revenue*) merupakan pendapatan yang diterima oleh perusahaan yang tidak ada hubungannya dengan usaha pokok yang dilakukan perusahaan dalam kegiatannya.

Dari definisi dan teori pendapatan menurut para ahli diatas, dapat diketahui karakteristik yang membentuk pengertian pendapatan, yaitu : aliran masuk atau kenaikan aset adalah jumlah aset baru yang diterima dari konsumen, aliran dari dana konsumen, kenaikan laba ekonomi, laba penjualan aset. Kegiatan yang mempresentasi operasi utama atau sentral yang terus menerus adalah pendapatan dari kegiatan normal perusahaan biasanya diperoleh dari hasil penjualan barang atau jasa yang berhubungan dengan kegiatan utama perusahaan. Pelunasan, penurunan atau pengurangan kewajiban dimana suatu entitas mengalami kenaikan aset sebelumnya, misalnya menerima pembayaran dimuka dari pelanggan, pengiriman barang atau pelaksanaan jasa akan mengurangi kewajiban yang menimbulkan pendapatan. (repository.stei).

Dalam dunia usaha, timbul berbagai usaha untuk meningkatkan pendapatan, salah satunya usaha laundry. Untuk era sekarang usaha laundry cukup menjanjikan. Menurut Rafidah (2009:45) usaha laundry kiloan adalah pakaian yang di pakai sehari-hari, seperti kemeja, kaos pakaian dalam dan sejenisnya, baju harian, *bad cove*, gorden, dan *vitrage* merupakan jenis layanan cuci yang banyak di gunakan konsumen. Namun, laundry kiloan sekala kecil jarang menerima order produk yang memerlukan perlakuan khusus seperti gaun, pakaian berbahan sutera, jas, serta produk lain, yang harus menggunakan teknologi *dry cleaning*.

Semakin berkembangnya zaman tingkat kesibukan masyarakat makin tinggi sehingga untuk mencuci pakain sehari-hari terkadang tidak sempat di lakukan oleh para ibu rumah tangga yang berkarir, dengan adanya usaha laundry merupakan alternatif bagi masyarakat yang tidak sempat mencuci pakaian untuk menitipkan pakaiannya agar di cuci dan setrika sehingga siap pakai dengan membayar sesuai dengan banyaknya pakaian yang di cuci.

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dari segi jasa cuci baju maka didirikanlah Fresya Jaya Laundry di Kelurahan Tembilaan Hulu Kecamatan Tembilaan. Dalam menjalankan usahanya Fresya Jaya Laundry di buka pada lokasi strategis di jalan besar Telaga Biru, sehingga memudahkan konsumen untuk mengunjunginya. Adapun fasilitas laundry yang digunakan untuk mencuci pakaian adalah berupa mesin cuci yang terdiri dari tiga mesin cuci untuk mempercepat mencuci pakaian, sabun untuk mencuci pakaian, air bersih untuk mencuci pakaian, pewangi baju agar wanginya tahan lama, jemuran baju, baskom tempat meniriskan, baju setrika uap untuk merapikan pakain, timbangan untuk menimbang berat baju dan plastik trasparan untuk mempacking pakaian serta lemari kaca untuk menyusun pakaian pelanggan.

Begitu banyaknya usaha jasa laundry maka usaha Fresya Jaya Laundry perlu memperhatikan kepuasan pelanggan karena kepuasan pelanggan sangat penting yaitu dapat meningkatkan pendapatan. Pelanggan yang merasa puas dengan produk serta layanan jasa, maka dirinya akan menggunakan produk atau jasa tersebut secara berulang, bahkan pelanggan akan dengan suka rela mengeluarkan dana berlebih untuk suatu produk atau jasa apabila sudah menyukainya, hal ini menjadi salah satu hal penting kepuasan pelanggan karena pelanggan tersebut akan kembali untuk menggunakan jasa Fresya Jaya Laundry, sehingga hal ini dapat mendatangkan pendapatan berlebih atau tetap bagi laundry Fresya Jaya.

Pentingnya kepuasan pelanggan yaitu menumbuhkan citra baik dikalangan masyarakat, jika citra baik sudah melekat dan tersebardikalangan masyarakat maka akan menjadikan suatu usaha atau jasa menjadi populer sehingga banyak konsumen yang berlangganan hingga akhirnya dapat meningkatkan pendapatan usaha.

Pentingnya kepuasan pelanggan harus di perhatikan oleh pelaku usaha dalam membentuk ciri khas yang membedakan dengan usaha yang serupa, sehingga meskipun banyak usaha yang serupa tetap usaha kita menjadi pilihan dan primadona para konsumen untuk tetap setia berlangganan hingga akhirnya dapat mempertahankan dan meningkatkan pendapatan usaha.

Begitu pentingnya suatu usaha menerapkan kepuasan pelanggan untuk menumbuhkan rasa suka konsumen. Rasa suka tersebut akan menumbuhkan loyalitas untuk kembali membeli produk atau jasa tersebut. Pelanggan akan bisa merekomendasikan produk atau jasa perusahaan pada orang lain tanpa perusahaan membuat promosi.

Kepuasan pelanggan penting di perhatikan oleh usaha Fresya Jaya Laundry untuk mengembangkan produk atau jasa, setelah pelanggan puas maka otomatis pelanggan akan sering menggunakan produk atau jasa tersebut sehingga dapat meningkatkan pendapatan dari pendapatan tersebut dapat digunakan untuk menambah fasilitas usaha hingga akhirnya usaha menjadi berkembang dan dapat membuka banyak cabang serta banyak membuka lapangan pekerjaan hingga akhirnya berimbas pada melonjaknya pendapatan usaha.

Akan tetapi, berdasarkan hasil study penelitian yang dilakukan penulis pada usaha Fresya Jaya Laundry di kelurahan Tembilihan Hulu Kecamatan Tembilihan ditemukan permasalahan yang ditunjukkan dengan gejala-gejala sebagai berikut:

1. Pemilik usaha Fresya Jaya Laundry kurang maksimal memberikan pelayanan dengan pelanggan berupa fasilitas untuk pelanggan mengantri.
2. Karyawan Fresya Jaya Laundry kurang ramah kepada pelanggan.
3. Karyawan Fresya Jaya Laundry kurang rapi mengemas baju pelanggan dan bahkan ada baju pelanggan yang hilang.
4. Pakaian yang di setrika oleh karyawan Fresya Jaya Laundry sebagian kurang rapi dan wangi baju cucian kurang lembut serta kurang tahan lama.

Dari temuan studi lapangan di atas, dapat difahami bahwa terjadi kesenjangan antara teori dan praktek tentang Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Pendapatan Pada Usaha Fresya Jaya Laundry di Kelurahan Tembilihan Hulu Kecamatan Tembilihan.

Berdasarkan gejala-gejala tersebut, maka penulis ingin mengadakan penelitian lebih mendalam tentang Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Pendapatan pada Usaha Fresya Jaya Laundry yang berjudul "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Pendapatan Usaha Fresya Jaya Laundry di Kelurahan Tembilihan Hulu Kecamatan Tembilihan."

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha pada Fresya Jaya Laundry di Kelurahan Tembilihan Hulu?
2. Seberapa besar kontribusi kepuasan pelanggan dalam menjelaskan variabilitas pendapatan usaha Fresya Jaya Laundry?
3. Faktor-faktor lain apa saja yang mungkin turut memengaruhi pendapatan usaha Fresya Jaya Laundry selain kepuasan pelanggan?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pendapatan usaha Fresya Jaya Laundry di Kelurahan Tembilihan Hulu.
2. Untuk menentukan seberapa besar kepuasan pelanggan berkontribusi dalam menjelaskan variabilitas pendapatan usaha Fresya Jaya Laundry.
3. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain di luar kepuasan pelanggan yang mungkin memengaruhi pendapatan usaha pada Fresya Jaya Laundry.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

1. Kepuasan Pelanggan

Menurut Ricard F. Gersen, terjemah Hesty Widyaningrum (2020:3), kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Jika seseorang membeli suatu barang, mereka berharap barang tersebut akan berfungsi dengan baik. Jika tidak, kekecewaan akan muncul, dan penjual diharapkan menemukan cara untuk mengatasi masalah tersebut agar pelanggan bisa merasa puas. Apabila sesuai dengan keinginan, pelanggan akan merasa puas; sebaliknya, bila tidak, pelanggan akan mencari bisnis lain.

Pelanggan yang puas akan membeli lebih banyak dan lebih sering, serta merekomendasikan produk atau layanan kepada kerabat dan teman-teman mereka. Hubungan antara penjualan, pelayanan, kepuasan, dan profit bersifat langsung: semakin puas pelanggan, semakin banyak uang yang dibelanjakan, semakin besar penjualan, dan pada akhirnya keuntungan pun meningkat.

Mutu dan pelayanan adalah sarana untuk mencapai kepuasan dan ikatan pelanggan. Tujuan utama bisnis bukan hanya untuk menghasilkan produk atau jasa bermutu, atau memberikan pelayanan prima, melainkan menghasilkan pelanggan yang puas dan setia yang akan terus menjalin bisnis. Memberikan mutu yang tinggi dan pelayanan prima menjadi keharusan untuk mencapai tujuan tersebut.

Mengukur kepuasan pelanggan membantu mengukur mutu dan aktivitas pelayanan, menentukan tingkat kepuasan, dan mengembangkan program untuk meningkatkan ikatan pelanggan.

2. Pentingnya Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut J. Supranto (2021:1) dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik dipasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misal dengan memberi produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya.

Produk dengan mutu yang jelek, harga yang mahal, penyerahan produk yang lambat bisa membuat pelanggan tidak puas, walaupun dengan tingkatan yang berbeda. Misalnya angka (5) untuk menunjukkan pelanggan sangat puas, angka (4) puas, angka (3) netral, angka (2) tidak puas, dan angka (1) sangat tidak puas. Kalau setelah di olah di peroleh angka rata-rata tingkat kepuasan sebesar 4,5 atau lebih, pemimpin akan merasa senang, mungkin tidak perlu melakukan apa-apa, akan tetapi jika angka rata-rata di peroleh 1,5 pemimpin harus segera mengambil tindakan/memecahkan persoalan, artinya mencari faktor-faktor penyebab tidak puasnya pelanggan dan berusaha menghilangkan faktor-faktor tersebut. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau kita tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Maka dari itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar segera mengetahui atribut apa dari suatu produk yang bisa membuat pelanggan tidak puas.

Mengukur tingkat kepuasan pelanggan tidak semudah mengukur berat badan/tinggi para nasabah tersebut. Data yang di peroleh bersifat subjektif, sesuai dengan jawaban responden, menurut pengalaman mereka, dalam menggunakan suatu jenis produk tertentu. Seperti mobil yang boros bensin, menunggu terlalu lama sewaktu ingin membayar di suatu pasar swalayan, teller dari suatu bank kurang cekatan dalam melayani nasabah, karyawan suatu restoran sangat lamban dalam melayani pembeli, waktu pemberangkatan Garuda yang sering terlambat.

3. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk. Produk bisa berarti barang atau jasa. Jadi, suatu produk dikatakan bermutu bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Mutu produk ada dua yaitu mutu desain dan mutu kecocokan. Mutu desain mencerminkan apakah suatu produk atau jasa memiliki suatu penampilan/penampakan yang dimaksud (*possesses an intended feature*). Sebagai contoh suatu mobil dengan "power steering", "a sun roof" atau perlengkapan barang mewah lainnya, dianggap memiliki mutu desain. Mutu kecocokan mencerminkan seberapa jauh produk/jasa benar-benar cocok atau sesuai dengan maksud desain (*conform to the*

intent of the design).

Aspek mutu ini bisa diukur. Pengukuran tingkat kepuasan erat hubungannya dengan mutu produk (barang atau jasa). Pengukuran aspek mutu bagi pimpinan bisnis yaitu:

- a. Mengetahui dengan baik bagaimana jalannya atau bekerjanya proses bisnis.
- b. Mengetahui di mana harus melakukan perubahan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus menerus untuk memuaskan pelanggan, terutama untuk hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan.
- c. Menentukan apakah perubahan yang dilakukan mengarah ke perbaikan (*improvement*).

Ukuran mutu sering terfokus pada objektif atau indeks keras (*hard indexes*). Seperti didalam industri pengolahan (*manufacturing*), proses menghasilkan suku cadang sangat kondusif pada pengukuran besarnya ukuran barang (*size of good*) dan jumlah (*amount*), misalnya ukuran sejenis suku cadang harus sekian cm panjang, sekian cm lebar atau jumlah sisa bahan mentah yang terbuang (*scrap*) atau jumlah barang rusak yang harus dikerjakan kembali (*rework*). Barang secara konkret bisa dilihat (mobil 2000 cc, televisi sekian inch, jelas ukurannya. Didalam perusahaan jasa (*non manufacturing*) pengukuran bisa mencakup: waktu untuk menyelesaikan suatu jasa (perbaikan mobil di bengkel, antri membeli obat di apotek, meminta kredit di bank, makan di restoran) atau banyaknya kesalahan tertulis pada suatu formulir khusus (salah kata, salah nomor, salah kolom). (J. Supranto, 2021:3).

4. Alat untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan

Dalam dunia bisnis, kepuasan pelanggan menjadi salah satu aspek penting yang memengaruhi kelangsungan usaha. Pelanggan yang puas tidak hanya cenderung untuk melakukan pembelian ulang, tetapi juga menjadi agen promosi secara tidak langsung melalui rekomendasi kepada orang lain. Oleh karena itu, penting bagi setiap bisnis untuk memiliki metode yang efektif dalam mengukur kepuasan pelanggan agar dapat terus meningkatkan kualitas produk maupun layanannya. Berikut ini adalah beberapa alat yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yang dirancang untuk memberikan informasi secara visual dan sistematis mengenai kualitas produk, layanan, dan proses bisnis, sehingga memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan merencanakan tindakan yang tepat.

- a. Lembar periksa, yakni dalam bentuk kolom-kolom alat ini dirancang untuk mengidentifikasi berbagai peristiwa yang diteliti bersama dengan periode waktunya. Kemudian, data dikumpulkan dalam masing-masing bidang kejadian dan diberi tanda dalam kolom periode waktu. Kolom total digunakan untuk menyimpulkan keseluruhan proses pengukuran.
- b. Diagram Pareto adalah grafik balok-balok vertikal yang membantu mengidentifikasi mutu dan kepuasan pelanggan menurut kejadiannya. Grafik tersebut juga bisa membantu menentukan masalah-masalah apa yang harus dipecahkan dan dalam urutan yang bagaimana.
- c. Histogram merupakan bagan balok vertikal, seperti bagan Pareto tetapi dengan satu perbedaan mendasar. Histogram menunjukkan informasi numerik mengenai frekuensi distribusi data, sementara bagan Pareto menjelaskan karakteristik produk, proses, atau jasa.
- d. Diagram tebar digunakan untuk mempelajari hubungan potensial antara dua variabel. Diagram ini digunakan untuk menguji kemungkinan hubungan korelasi. Jika terdapat hubungan, maka perubahan pada satu variabel akan segera diikuti oleh perubahan variabel lainnya.
- e. Diagram sebab akibat bentuk paling sederhana dari diagram ini adalah menemukan dampak final dan berusaha menentukan sebab-sebabnya dengan cara memecah sebab-sebab tersebut ke dalam berbagai kategori.
- f. Grafik, run chart, dan bagan kendali semua grafik menggambarkan data pengukuran secara visual. Beberapa jenis grafik yaitu grafik balok, bagan pie, grafik garis, dan grafik balok bertumpuk. Fungsi grafik menunjukkan kepada pembaca sekumpulan data dalam bentuk gambar. Run chart adalah grafik garis, berupa koleksi titik-titik data dalam periode waktu tertentu yang digambarkan dalam grafik. Bagan kendali membantu menetapkan mutu tetapi tidak menemukan penyebab yang mendasari proses tersebut.

- g. Stratifikasi adalah metode untuk membuat pengumpulan dan pelaporan data pengukuran menjadi lebih akurat. Adakalanya data itu sendiri menutupi sumber data (Richard F. Gerson terjemah Hesty Widyaningrum, 2020, hlm. 36).

5. Pendapatan

Menurut Depetemen Pendidikan dan Kebudayaan (2006:47) dalam IAIN Kediri hasil menurut kamus besar bahasa indonesia adalah hasil kerja. Dalam buku yang berjudul Standar Akuntansi Keuangan, Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) (2007:17) dalam IAIN Kediri menyatakan bahwa pendapatan adalah sejumlah harta yang menambah atau mengurangi jumlah kewajiban suatu perusahaan dan dari penyediaan barang, jasa, atau hasil kegiatan usaha lainnya. Selain itu, B N. Kamus manajemen buku Marbum (2003:230) dalam IAIN Kediri menyatakan bahwa uang yang diterima orang, bisnis, dan organisasi lain dalam bentuk gaji, sewa, bunga, biaya, dan keuntungan disebut pendapatan.

6. Pentingnya Pendapatan

Pendapatan merupakan salah satu unsur yang paling utama dari pembentukan laporan laba rugi dalam suatu perusahaan. Banyak yang bingung mengenai istilah pendapatan. Hal ini disebabkan pendapatan dapat diartikan sebagai *revenue* dan dapat juga diartikan sebagai *income*, maka *income* dapat diartikan sebagai penghasilan dan kata *revenue* sebagai pendapatan penghasilan maupun keuntungan (repository.uinsu). Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Selain itu pendapatan juga berpengaruh terhadap laba rugi perusahaan yang tersaji dalam laporan laba rugi maka, pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan (repository.uinsu).

7. Alat Mengukur Pendapatan

Dalam mencari perangkat lunak terbaik untuk mengukur pendapatan memerlukan pemahaman tentang kebutuhan spesifik bisnis. Berikut adalah beberapa jenis perangkat lunak yang dapat dipertimbangkan:

a. *Software* Akuntansi Berbasis *Cloud*

Perangkat lunak akuntansi adalah pilihan terpadu yang cocok untuk menghitung pendapatan dan menangani berbagai aspek keuangan bisnis. Ini memungkinkan pengelolaan transaksi keuangan secara efisien, termasuk pendapatan, pengeluaran, dan pembuatan faktur. Perangkat lunak ini juga mengotomatisasi tugas pembukuan, membantu dalam pembuatan faktur dan penagihan, pengelolaan pengeluaran, serta pembuatan laporan keuangan. Beberapa opsi populer termasuk QuickBooks, Xero, dan FreshBooks.

b. *Platform* Faktur dan Pembayaran

Platform faktur dan pembayaran dapat mengotomatiskan proses faktur, memastikan bahwa transaksi yang menghasilkan pendapatan tercatat dengan akurat. Platform ini memungkinkan pelacakan status faktur secara real-time, membantu memantau pembayaran terutang dan memahami arus masuk pendapatan pada waktu tertentu. Sebagian besar platform faktur juga terintegrasi dengan perangkat lunak akuntansi. Beberapa opsi populer adalah PayPal, Wave, dan Zoho.

c. Sistem Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM)

Menggunakan CRM dapat memaksimalkan pendapatan dengan memungkinkan pengelolaan jalur penjualan dan analisis kinerja penjualan. Beberapa CRM juga menyediakan pelacakan pendapatan. Contoh perangkat lunak CRM dengan kemampuan pelacakan pendapatan adalah Salesforce dan HubSpot.

d. *Business Intelligence* (BI) dan Alat Analisis

Alat *Business Intelligence* (BI) dan *Analytics* membantu bisnis mengumpulkan,

memproses, menganalisis, dan memvisualisasikan data, termasuk data pendapatan, untuk mendapatkan wawasan berharga dan membuat keputusan yang tepat. Alat BI juga mendukung definisi dan pemantauan KPI untuk melacak kinerja bisnis terhadap tujuan tertentu. Beberapa alat BI yang terkenal adalah Tableau, Microsoft Power BI, dan Google Analytics.

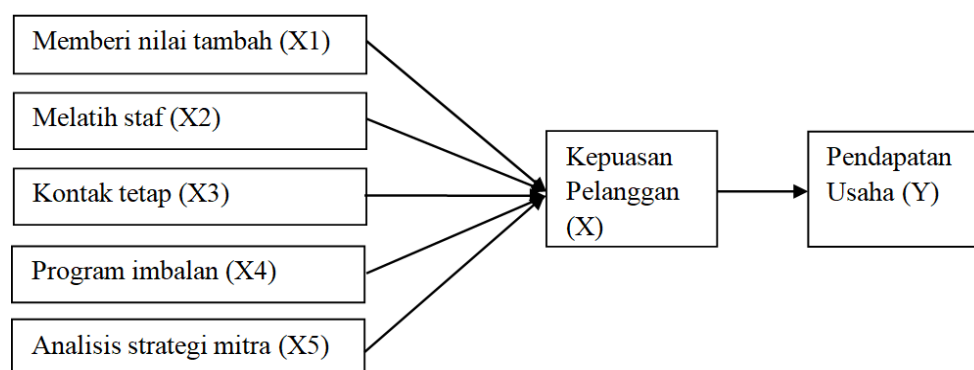
e. Sistem Tempat Penjualan (POS)

Sistem Point of Sale (POS) berperan dalam penghitungan pendapatan, khususnya di industri ritel dan perhotelan. Sistem ini dirancang untuk memproses transaksi penjualan dan menangkap data terkait pendapatan. Beberapa sistem POS populer untuk bisnis retail adalah Square dan Lightspeed.

f. Perangkat Lunak Pengakuan Pendapatan

Perangkat lunak pengenalan pendapatan, juga dikenal sebagai perangkat lunak manajemen pendapatan atau otomatisasi pendapatan, dirancang untuk membantu bisnis mematuhi standar dan peraturan pengakuan pendapatan. Perangkat ini sangat berguna untuk bisnis dengan aliran pendapatan kompleks, kontrak jangka panjang, atau model berbasis langganan. Contoh alat untuk kepatuhan pengakuan pendapatan adalah RevPro dan *Aptitude Revenue Recognition Engine* (blog.paperturn).

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

C. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kausalitas, yang bertujuan untuk memahami hubungan sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Muchlis (2022), desain kausalitas sesuai untuk penelitian ini karena dapat membantu mengidentifikasi variabel yang mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi, serta memahami hubungan antara kepuasan pelanggan sebagai variabel bebas (X) dan pendapatan usaha sebagai variabel terikat (Y).

Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik ini bertujuan untuk mengukur tingkat pengaruh yang dimiliki kepuasan pelanggan terhadap pendapatan usaha Fresya Jaya Laundry di Kelurahan Tembilahan Hulu, Kecamatan Tembilahan. Data diambil melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen sebagai responden, untuk mendapatkan data yang terukur dan relevan terhadap pengaruh yang diteliti.

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, dalam hal ini konsumen dari Fresya Jaya Laundry, melalui kuesioner dan wawancara. Data ini bertujuan untuk memperoleh informasi langsung dari responden mengenai tingkat kepuasan mereka.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang dikumpulkan dari sumber lain, seperti laporan perusahaan, artikel berita online, atau penelitian terdahulu. Data sekunder ini bertujuan memberikan latar belakang yang relevan untuk mendukung analisis.

Definisi Operasional Variabel

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Kepuasan Pelanggan (X)	Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Jika membeli suatu barang, pelanggan berharap barang tersebut akan berfungsi dengan baik; jika tidak, tentu akan timbul kekecewaan.	1. Memberi nilai tambah 2. Melatih staf 3. Kontak tetap 4. Program imbalan 5. Analisis strategi kemitraan
Pendapatan (Y)	Pendapatan adalah jumlah harta yang menambah atau mengurangi jumlah kewajiban suatu perusahaan dari penyediaan barang, jasa, atau hasil kegiatan usaha lainnya.	1. Banyaknya pekerjaan 2. Kecakapan dan Keahlian 3. Motivasi 4. Keuletan 5. Banyak sedikitnya modal

Sumber : Data Olahan

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner berbasis skala Likert, yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden mengenai kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap pendapatan usaha. Skala pengukuran yang digunakan terdiri dari lima poin, yaitu:

1. Sangat Setuju (SS): diberi nilai 5.
2. Setuju (S): diberi nilai 4.
3. Netral (N): diberi nilai 3.
4. Tidak Setuju (TS): diberi nilai 2.
5. Sangat Tidak Setuju (STS): diberi nilai 1.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan uji regresi untuk menentukan pengaruh variabel independen (Kepuasan Pelanggan) terhadap variabel dependen (Pendapatan Usaha). Proses analisis akan mencakup:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas terhadap instrumen penelitian.
2. Analisis Deskriptif untuk menjelaskan karakteristik responden dan data penelitian.
3. Uji Regresi Linier Sederhana untuk menguji hubungan kausal antara kepuasan pelanggan dan pendapatan usaha.

Dengan menggunakan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pendapatan usaha *Fresya Jaya Laundry*, sekaligus menjawab tujuan dan pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden memainkan peran penting dalam memberikan konteks terhadap temuan penelitian. Dari segi jenis kelamin, mayoritas responden adalah Perempuan adalah 44 orang (66,67%), menunjukkan dominasi maskulinitas dalam populasi yang terlibat dalam penelitian. Sementara itu, responden yang berumur 31-40 tahun adalah 31 orang (46,97%) mendominasi menggunakan jasa *Fresya Jaya Laundry*

Kelurahan Tembilahan Hulu. Dari segi penghasilan responden yang tingkat penghasilan Rp.1.500.000-Rp.3.000.000 adalah 40 orang (60,61%) lebih dominan dalam menggunakan jasa Fresya Jaya Laundry Kelurahan Tembilahan Hulu.

Kepuasan Pelanggan

Hasilnya data menunjukkan bahwa variabel bebas kepuasan pelanggan ranking pertama yang mana jumlahnya 2050 dibagi dengan sample sebanyak 66 responden yaitu 4,17 adalah konsumen atau pelanggan melakukan *complain* terhadap Fresya Jaya Laundry jika tidak sesuai tepat waktu pengambilan laundry, karena setiap nota yang ada telah ditentukan kapan proses pengambilan laundry tersebut. Kemudian untuk peringkat ranking terakhir yaitu pelanggan atau konsumen belum merasa puas menggunakan jasa Fresya Jaya Laundry dan tidak berpindah ke laundry lain. Di latar belakang masalah sebelumnya telah dijelaskan bahwa terdapat beberapa yang membuat konsumen merasa belum atau tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan pada usaha laundry ini yaitu masih terdapatnya kurang rapi mengemas baju pelanggan dan bahkan ada baju pelanggan yang hilang serta pakaian yang di setrika oleh karyawan Fresya Jaya Laundry sebagian kurang rapi dan wangi baju cucian kurang lembut serta kurang tahan lama.

Pendapatan Usaha

Hasilnya data menunjukkan bahwa variabel terikat Pendapatan usaha mendapatkan peringkat terakhir yaitu ranking 5 yang mana jumlahnya 215 dibagi dengan sample sebanyak 66 responden yaitu 3,58 adalah Usaha Fresya Jaya Laundry sudah cukup lama berdiri, disini disimpulkan bahwa untuk mendapatkan pendapatan usaha yang terus menerus meningkat bukan di lihat dari usaha tersebut sudah cukup lama berdiri, apalagi tidak di iringi dengan terus meningkatkan kualitas pelayanan jasa sehingga membuat konsumen atau pelanggan merasa puas dan otomatis dapat terus menggunakan jasa tersebut. Yang membuat keunggulan dari Fresya Jaya Laundry ini adalah lokasinya sangat strategis di depan jalan besar, sehingga banyak orang mengetahui usaha tersebut.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Pembuatan persamaan regresi sederhana dengan menggunakan output SPSS dapat dilakukan dengan menginterpretasikan angka-angka yang termuat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 2. Regresi linier sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.058	1.475		2.073	.043		
Kepuasan Pelanggan	.704	.066	.813	10.631	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: PendapatanUsaha

Sumber: output SPSS 19.0 For Windows,2024

Hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat dirumuskan kedalam persamaan sebagai berikut.

$$Y = 3,058 + 0,704X + \varepsilon$$

Persamaan regresi diatas mempunyai makna sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 3,058. Menunjukan bahwa apabila nilai variabel bebas X adalah nol. Maka nilai Pendapatan Usaha akan tetap sebesar 3,058.
2. Koefisien regresi untuk variabel X yaitu Kepuasan Pelanggan sebesar 0,704. Nilai koefisien tersebut menunjukan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Pendapatan Usaha. Hal ini menggambarkan ketika Kepuasan Pelanggan naik, maka Pendapatan Usaha akan naik.

Uji Hipotesis

Uji asumsi klasik yang dilakukan terhadap persamaan regresi menyimpulkan bahwa persamaan tersebut layak digunakan dalam model persamaan matematis.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji koefisien determinasi, uji statistik t, uji statistik F. Uji koefisien determinasi yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji statistik t digunakan untuk menguji hubungan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi

Hasil uji dari koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.813 ^a	.661	.655	1.69053	.661	113.012	1	58	.000	1.684

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan

b. Dependent Variable: Pendapatan Usaha

Sumber : Output SPSS 19.0 for Windows, 2024

Pada tabel diatas ini menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,661 hal ini berarti 66,1% variabel Pendapatan Usaha dipengaruhi oleh variabel penjelas yaitu Kepuasan Pelanggan. Sisanya 33,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disetarakan dalam variabel penelitian ini. Dan pada koefisien korelasi menunjukkan nilai 0,813 yang berarti tingkat pengaruh antara variabel berada pada kategori sangat kuat.

Uji Statistik t

Hasil analisis yang menunjukkan koefisien signifikansi disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4. Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Model	Koef. Regresi	Nilai t	Sig
Kepuasan Pelanggan (X)	0.704	10,631	0,000

Sumber : Output SPSS 19.0 for Windows, 2024

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka berdasarkan tabel diatas secara terperinci dihasilkan pengujian sebagai berikut: hasil pengujian hipotesis mengenai variabel penelitian Kepuasan Pelanggan secara parsial diketahui dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai t_{hitung} sebesar 10,631. Nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} 2,002, atau $10,631 > 2,002$, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima. Atau Hasil analisis terdapat nilai sig 0,000. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,000 < 0,05$, maka H₁ diterima dan H₀ ditolak.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan mengenai pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pendapatan usaha Fresya Jaya Laundry di Kelurahan Tembilaan Hulu, Kecamatan Tembilaan Hulu, penelitian ini menunjukkan beberapa kesimpulan penting. Melalui persamaan regresi yang diperoleh, yaitu $Y = 3,058 + 0,704X + \epsilon$ $Y = 3,058 + 0,704X + \epsilon$, dapat diinterpretasikan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan usaha. Koefisien konstanta sebesar 3,058 dan koefisien variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,704 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel kepuasan pelanggan akan meningkatkan pendapatan usaha sebesar 0,704 satuan.

Selanjutnya, dari koefisien determinasi R^2 yang sebesar 0,661 atau 66,1%, diketahui bahwa 66,1% variabilitas dalam pendapatan usaha dapat dijelaskan oleh tingkat kepuasan pelanggan. Artinya, sebagian besar perubahan dalam pendapatan usaha dipengaruhi oleh tingkat kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 33,9%

dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor lain, selain kepuasan pelanggan, juga memiliki peranan dalam memengaruhi pendapatan usaha meskipun tidak dibahas dalam penelitian ini.

Hasil uji hipotesis secara parsial memperkuat kesimpulan ini. Nilai t hitung yang diperoleh untuk variabel kepuasan pelanggan adalah 10,631, sementara t tabel adalah 2,002. Karena t hitung $> t$ tabel ($10,631 > 2,002$), maka hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap pendapatan usaha dapat diterima. Hal ini didukung pula oleh hasil signifikansi (sig) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kepuasan pelanggan terhadap pendapatan usaha Fresya Jaya Laundry.

F. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Fresya Jaya Laundry terus meningkatkan kualitas layanan untuk menjaga kepuasan pelanggan, yang terbukti memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan usaha. Langkah-langkah seperti pelatihan berkala bagi staf, konsistensi dalam menjaga kebersihan, ketepatan waktu pelayanan, serta program loyalitas pelanggan dapat menjadi strategi yang efektif. Mengadopsi teknologi, seperti aplikasi pemesanan online, juga dapat membantu meningkatkan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan usaha.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel tambahan yang dapat memengaruhi pendapatan usaha, seperti loyalitas pelanggan atau harga, mengingat 33,9% variabilitas pendapatan tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Selain itu, penggunaan model analisis yang lebih kompleks atau studi jangka panjang dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang hubungan antar variabel dan efek jangka panjang dari kepuasan pelanggan terhadap pendapatan, yang akan memperkuat hasil penelitian dan relevansinya di berbagai sektor.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Andi Sularso, R., et al. (2017). *Aplikasi dalam Ekonomi Manajerial*. Sidoarjo: Zifatama Jawa.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2013). *Ilmu Mikro Ekonomi* (Nur Rosyidah, et al., Trans.). Jakarta: PT Media Global.
- Bachtiar, I. H., & Nurfadila. (2019). *Akuntansi Dasar: Buku Pintar untuk Pemula*. Sleman: Penerbit Deepublish.
- Boediono. (2020). *Ekonomi Moneter*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Sunyoto, D. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Yogyakarta: CAPS.
- Day, G. S., Tse, D., & Wilton, P. C. (2015). *Kepuasan Pelanggan* (Jilid 2, Edisi ketiga). Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Tjiptono, F. (2014). *Service Manajemen: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Gage, S. M. (2021). *Strategi Pelayanan Pelanggan*. Jakarta Selatan: PT Suka Buku.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Edisi kelima). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Edisi ke-11). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Islahuzzaman. (2012). *Istilah-Istilah Akuntansi & Auditing*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-13, Jilid 2). Jakarta: Prenhalindo.
- Masngudi & Salim, M. N. (2012). *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Triandara University Press.
- Munandar. (2013). *Budgeting: Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja, Pengawasan Kerja*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Rafidah. (2020). *Manajemen Pemasaran: Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha dan Sikap Kewirausahaan Islami terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan Keluarga Wanita*

- Pengrajin Batik Danau Teluk Kota Jambi*. Malang: Ahlimedia Press.
- Rahman, A. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*. Jakarta: TransMedia Pustaka.
- Rudianto. (2012). *Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Salim, E. (2010). *Paradigma Pembangunan Berkelanjutan*. Jakarta: Gramedia.
- Sochib. (2018). *Buku Ajar Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service (APS)