

Outline Journal of Management and Accounting

Journal homepage: <http://outlinepublisher.com/index.php/OJM/index>

Research Article

The Effect Of Pricing Strategy and Business Capital on UMKM Income In Sidorejo Hilir Medan

(Pengaruh Strategi Penetapan Harga dan Modal Usaha terhadap Pendapatan UMKM Di Sidorejo Hilir Medan)

Laras Fitri Aini Hasibuan¹, Herawati², Bio Hasian Siregar^{3*}

^{1,2,3}Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

⁴Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

*Correspondence: E-mail: biosiregar111217@gmail.com

Keywords:

Pricing strategy,
Business capital,
MSME income.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the Indonesian economy, but still face various challenges that affect their income. This study aims to analyze the influence of pricing strategies and business capital on the income of MSMEs in Sidorejo Hilir, Medan. The research method used is a quantitative approach with data collection techniques through questionnaires given to 30 MSMEs as research samples. The data obtained were analyzed using multiple regression tests with the help of SPSS 23.0 software. The results of the study indicate that pricing strategies do not significantly affect MSME income, while business capital has a positive and significant effect on income. Simultaneously, pricing strategies and business capital have a significant influence on MSME income, with a contribution of 54.6%, while 45.4% is influenced by other factors not examined in this study. The results of this study provide insights for MSME actors to focus more on business strategies on business capital management to increase their income.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), UMKM menyumbang sekitar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta mampu menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia (Kemenkop UKM, 2023). Dengan kontribusi besar tersebut, UMKM menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat, terutama di daerah-daerah yang belum sepenuhnya terjangkau oleh industri besar.

Salah satu faktor utama yang menentukan keinginan dan pertumbuhan UMKM adalah pendapatan usaha . Pendapatan UMKM mencerminkan hasil finansial yang diperoleh dari aktivitas bisnis dalam jangka waktu tertentu dan menjadi indikator penting dalam menilai kinerja usaha. Menurut Tambunan (2019), pendapatan UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti efisiensi operasional, strategi pemasaran, serta kemampuan dalam mengelola sumber daya. Pendapatan yang stabil dan meningkat memungkinkan UMKM untuk bertahan, berkembang, serta meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha dan pekerjanya.

Namun, banyak UMKM yang masih mengalami stagnasi atau penurunan pendapatan akibat berbagai tantangan bisnis. Dua faktor utama yang berpengaruh terhadap pendapatan UMKM adalah strategi penetapan harga dan modal usaha .

Strategi penetapan harga menjadi aspek yang sangat penting dalam menentukan daya saing produk UMKM di pasar. Menurut Kotler dan Keller (2016), penetapan harga yang tepat harus mempertimbangkan beberapa aspek, seperti biaya produksi, permintaan pasar, harga pesaing, serta persepsi nilai oleh konsumen. Dalam praktiknya, banyak pelaku UMKM di Indonesia yang masih menetapkan harga produk secara intuisi tanpa perhitungan yang matang. Hal ini menyebabkan keruntuhan antara harga jual, biaya produksi, dan keuntungan yang diperoleh. Jika harga ditetapkan terlalu tinggi, maka daya saing produk di pasar akan menurun, sedangkan jika terlalu rendah, maka margin keuntungan yang didapat tidak cukup untuk keberlangsungan usaha (Stanton, 2020).

Selain strategi penetapan harga, modal usaha juga menjadi faktor krusial dalam operasional UMKM. Modal yang mencukupi memungkinkan UMKM untuk membeli bahan baku berkualitas, meningkatkan kapasitas produksi, melakukan inovasi produk, serta memperluas jaringan pemasaran. Namun berdasarkan survei yang dilakukan Bank Indonesia (2023), sekitar 52% UMKM di Indonesia mengalami kendala dalam akses permodalan, baik dari perbankan maupun lembaga keuangan lainnya. Keterbatasan modal ini sering kali membuat UMKM sulit bersaing dan berkembang, terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif (Bank Indonesia, 2023).

Kondisi ini juga terjadi di Sidorejo Hilir, di mana banyak pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam memperoleh pendapatan yang stabil akibat tantangan dalam menentukan harga jual produk serta dalam memperoleh dan mengelola modal usaha. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Deli Serdang (2023), sekitar 40% UMKM di Sidorejo Hilir mengalami stagnasi pendapatan akibat kurangnya strategi harga yang tepat dan keterbatasan modal usaha. Beberapa UMKM masih menerapkan harga jual yang tidak kompetitif, baik karena kurangnya informasi mengenai pasar maupun karena strategi pemasaran yang belum optimal. Selain itu, keterbatasan modal menyebabkan banyak UMKM tidak dapat berinvestasi dalam peralatan produksi atau bahan baku berkualitas, sehingga produk yang dihasilkan kalah bersaing dengan produk dari usaha yang memiliki modal lebih besar.

Meskipun sudah banyak penelitian yang membahas strategi penetapan harga dan modal usaha terhadap kinerja UMKM, sebagian besar masih membahasnya secara terpisah. Beberapa penelitian lebih fokus pada pengaruh modal terhadap pertumbuhan usaha, sementara penelitian lain menyoroti dampak strategi harga terhadap volume penjualan. Namun, penelitian yang secara bersamaan menganalisis kedua faktor ini dalam satu model masih terbatas, terutama dalam konteks UMKM di Sidorejo Hilir. Hal ini menunjukkan adanya keselarasan penelitian yang perlu diisi dengan kajian lebih mendalam mengenai bagaimana strategi penetapan harga dan modal usaha secara simultan mempengaruhi pendapatan UMKM di daerah ini.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi penetapan harga dan modal usaha terhadap pendapatan UMKM di Sidorejo Hilir . Dengan memahami bagaimana kedua faktor ini mempengaruhi pendapatan UMKM, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pelaku UMKM dalam menyusun strategi bisnis yang lebih efektif. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah dan lembaga keuangan dalam merancang kebijakan atau program yang mendukung pertumbuhan UMKM di daerah tersebut.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam upaya meningkatkan daya saing dan kesejahteraan pelaku ekonomi UMKM, khususnya di Sidorejo Hilir, serta mendorong pertumbuhan sektor UMKM secara lebih luas di Indonesia.

Kajian Pustaka

Harga

Menurut Kotler (2001) menyatakan bahwa harga adalah jumlah uang yang diberikan kepada suatu barang atau jasa. Dengan kata lain, harga adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk memiliki atau mendapatkan keuntungan dari barang atau jasa tersebut. Untoro (2010) menyatakan bahwa harga adalah kemampuan yang dimiliki suatu barang atau jasa untuk dibayar dalam bentuk uang. Menurut Ramli (2013) harga didefinisikan sebagai nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk. Nilai ini bukanlah ukuran yang tepat yang menunjukkan jumlah sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk. (AMANA, 2021)

Harga adalah salah satu komponen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan dan yang merupakan satu-satunya komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan. Selain itu, harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan kepada penjual untuk barang atau jasa yang mereka beli dan dekati.

Harga memiliki fungsi yaitu sebagai alat ukur nilai suatu barang, untuk membedakan suatu barang, menentukan jumlah barang yang akan dihasilkan dan penyebarannya kepada pelanggan. Adapun beberapa fungsi harga menurut Prawiro (2018) , yaitu sebagai berikut ini :

1. Menjadi referensi untuk mempertimbangkan nilai jual suatu barang atau jasa.
2. Membantu proses transaksi di mana harga yang sudah terbentuk akan mempermudah proses jual-beli.
3. Menjadi referensi bagi konsumen dalam menilai kualitas barang atau jasa.
4. Membantu konsumen dalam membuat keputusan tentang manfaat produk dan daya beli konsumen.
5. Menjadi referensi bagi konsumen dalam menilai kualitas barang atau jasa. (AMANA, 2021)

Untuk mengukur adanya pengaruh Strategi Penetapan Harga dan Modal Usaha terhadap Pendapatan UMKM di Sidorejo Hilir diperlukan indikator-indikator mengenai harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:78), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu :

1. Keterjangkauan harga
Perusahaan menetapkan harga berdasarkan kemampuan daya beli konsumen. Konsumen dapat menjangkau harga yang ditetapkan oleh perusahaan.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat
Perusahaan menetapkan harga berdasarkan kualitas produk yang dapat diterima konsumen.
3. Kesesuaian harga dengan manfaat
Perusahaan menetapkan harga berdasarkan manfaat yang dapat diterima konsumen dari produk yang dikonsumsi.
4. Daya saing harga
Perusahaan berbeda menetapkan harga yang bersaing dengan harga yang ditawarkan oleh perusahaan lain pada jenis produk yang sama.

Modal Usaha

Menurut Sukirno (2009:76) modal usaha atau yang biasa disebut investasi adalah pengeluaran untuk membeli peralatan produksi, barang modal yang bertujuan untuk menambah modal dalam kegiatan perekonomian yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa. Menurut Listyawan Ardi Nugraha (2011:9), modal usaha adalah uang yang digunakan sebagai pokok (induk untuk berdagang, melepas uang

dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. (Windasari, 2020)

Besar atau kecilnya modal yang diperlukan tergantung pada ukuran usaha yang akan didirikan, menurut Endang Purwanti (2012:19). Para konsultan bisnis secara keseluruhan mengklasifikasikan modal usaha kecil menjadi dua kategori: modal tangible dan intangible. Modal tangible adalah modal yang nyata, seperti barang bergerak dan tidak bergerak, seperti mesin produksi dan sepeda motor. Modal intangible adalah modal yang tidak nyata, seperti ide kreatif. Secara keseluruhan, modal usaha terdiri dari tiga bagian :

1. Modal investasi
Ini adalah jenis modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membuat atau membeli barang dagangan; nilainya cukup besar karena digunakan dalam jangka panjang, tetapi modal investasi akan menyusut dari tahun ke tahun, bahkan mungkin dari bulan ke bulan.
2. Modal kerja
Ini adalah jenis modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membuat atau membeli barang dagangan. Modal kerja ini dapat diberikan setiap bulan atau pada titik tertentu dalam waktu.
3. Modal operasional
Modal operasional adalah modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membiayai biaya operasional secara berjangka, misalnya bayar gaji pegawai, listrik, dan lain-lain.

Untuk mengukur adanya pengaruh Strategi Penetapan Harga dan Modal Usaha terhadap Pendapatan UMKM di Sidorejo Hilir diperlukan indikator-indikator mengenai modal usaha. Menurut Hendro (2011:86) modal memiliki sepuluh indikator yaitu ;

1. Pengalaman
Modal yang paling penting, yaitu pengalaman, dapat digunakan sebagai dasar untuk sukses, menentukan jenis usaha yang akan digeluti, atau menciptakan peluang atau survei pasar.
2. Pengetahuan
Bisakah Anda membayangkan jika Anda memiliki banyak uang tetapi kurang pengetahuan? Apakah Anda mampu memulai dan memutuskan untuk mendirikan perusahaan? Orang yang tidak tahu adalah seperti benda mati tanpa "jiwa".
3. Keahlian (skill)
Bisnis yang didukung oleh keahlian akan berkembang dan berkembang lebih cepat daripada bisnis yang tidak didukung oleh keahlian.
4. Keberanian
Orang yang ingin berbisnis yang signifikan harus dapat mengatasi ketakutan mereka tentang mengambil risiko yang akan datang.
5. Konsep Bisnis
Konsep bisnis adalah seperti kompas bagi sebuah kapal yang ingin berlayar. Tanpa kompas, kapal akan berlayar tanpa tujuan dan hanya akan dihempaskan oleh gelombang waktu.
6. Jaringan relasi
Tidak masalah jika Anda tidak memiliki banyak uang, tetapi jika Anda memiliki hubungan yang baik, itu akan menjadi modal yang lebih baik.
7. Gairah dan semangat (bantuan spiritual)
Dukungan semangat dari rekan-rekan juga sangat berharga.
8. Kreatifitas dan inovasi
Ketika datang ke berbisnis, kreativitas dan inovasi adalah yang paling penting, bukan modal uang.
9. Uang
Modal sangat penting, tetapi tidak berarti kita tidak bisa berbisnis atau berwiraswasta tanpanya.
10. Kemenangan

Kuasa memberi kita modal ini, tetapi kita bisa mempersiapkan, menunggu dan mengamati bagaimana keberuntungan akan datang untuk kita, biasanya dengan kecepatan, sehingga kita siap untuk menerimanya.

Pendapatan

Menurut Harnanto (2019:102) mendefinisikan pendapatan sebagai "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." (Lestari, 2021)

Menurut Sohib (2018:47) pendapatan adalah aliran masuk aktiva yang berasal dari penyerahan barang dan jasa oleh suatu perusahaan selama periode waktu tertentu. Bagi perusahaan, pendapatan dari operasi pokok akan meningkatkan nilai asetnya dan pada dasarnya menambah modalnya. Namun, untuk alasan akuntansi, penambahan modal yang disebabkan oleh penyerahan barang atau jasa kepada pihak lain dicatat secara terpisah di akun pendapatan. (Lestari, 2021)

Menurut Artaman (2015), pendapatan umumnya termasuk dalam tiga kategori:

1. Gaji dan upah
Merupakan kompensasi yang diterima setelah melakukan pekerjaan selama satu hari, satu minggu, atau satu bulan.
2. Pendapatan dari usaha sendiri
Nilai total dari hasil produksi dikurangi dengan biaya yang dibayar dan tenaga kerja berasal dari anggota keluarga sendiri.
3. Pendapatan dari usaha lain
Pendapatan yang didapatkan tanpa perlu mengeluarkan tenaga kerja secara langsung dan umumnya bersifat sebagai penghasilan tambahan.

Menurut Basu Swastha (2008) faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan penjual yaitu:

1. Kemampuan berdagang.
2. Kondisi pasar.
3. Modal.
4. Kondisi organisasi usaha.
5. Faktor lain, misalnya periklanan dan kemasan produk yang dapat mempengaruhi pendapatan penjual.

Untuk mengukur adanya pengaruh Strategi Penetapan Harga dan Modal Usaha terhadap Pendapatan UMKM di Sidorejo Hilir diperlukan indikator-indikator mengenai pendapatan. Menurut Theodorus (2011) indikator dari pendapatan yang disesuaikan dengan logical connection peneliti antara lain:

1. Pendapatan cukup
2. Pendapatan meningkat
3. Pendapatan layak

Penelitian yang relevan adalah suatu penelitian sebelumnya yang sudah pernah dibuat dan dianggap cukup relevan atau mempunyai keterkaitan dengan judul dan topik yang akan diteliti yang berguna untuk menghindari terjadinya pengulangan penelitian dengan pokok permasalahan yang sama. Penelitian yang relevan dalam penelitian juga bermakna berbagai referensi yang berhubungan dengan penelitian yang akan dibahas. Seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh Putri Ayuni dan Nurhayati pada jurnal yang berjudul "Pengaruh Modal Usaha Dan Harga Jual Terhadap Pendapatan UMKM Lingkungan II Dan III Kecamatan Deli Tua" yang ditulis pada tahun 2024. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa modal usaha berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pendapatan UMKM di Lingkungan II dan III Deli Tua

($\beta = 0.175$, $p = 0.178 > 0.05$), dengan demikian hipotesis H1 ditolak. Sebaliknya harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM ($\beta = 0,580$, $p = 0,000 < 0,05$), sehingga hipotesis H2 diterima. Secara simultan modal usaha dan harga jual berpengaruh signifikan terhadap pendapatan ($p = 0,000 < 0,05$), dengan kontribusi variabel modal usaha dan harga jual sebesar 49,7% terhadap pendapatan UMKM. Faktor lain seperti lokasi pasar, kondisi pasar, daya beli konsumen, strategi penjualan, dan volume penjualan mempengaruhi sisanya sebesar 50,3%. Berdasarkan hasil kajian, ada beberapa rekomendasi yang dapat diberikan kepada UMKM di Lingkungan II dan III Deli Tua. Pertama, meningkatkan modal usaha melalui pinjaman atau akumulasi keuntungan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk. Kedua, melakukan kajian pasar lebih mendalam untuk menentukan harga jual yang optimal. Ketiga, mengelola modal usaha dan harga jual secara seimbang. Keempat, melakukan penelitian lebih lanjut dengan memasukkan variabel lain untuk lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan. Kelima, pemerintah dan lembaga terkait disarankan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan guna meningkatkan kinerja dan pendapatan UMKM di masa depan". Adapun metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yang menggabungkan data primer dan sekunder. (Putri Ayuni, 2024)

Penelitian relevan selanjutnya dilakukan oleh Siskawati A. Zakaria, Muhammad Amir Arham, Ronald S. Badu dengan jurnal yang berjudul "Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Makanan dan Minuman di Kota Gorontalo" yang ditulis pada tahun 2024. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha, yang artinya yaitu semakin besar modal usaha maka semakin besar pendapatan usaha yang di dapatkan. UMKM di Kota Gorontalo diharapkan dapat menjaga kelangsungan usaha khususnya pada bisnis makanan dan minuman. Khusus untuk modal, pendapatan produsen secara otomatis akan meningkat seiring dengan semakin banyaknya modal yang digunakan dan dieksekusi. Peningkatan skala produksi juga memerlukan dukungan tenaga kerja, jumlah tenaga kerja, dan kualitas tenaga kerja yang berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan. Adapun penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Makanan dan Mminuman di Kota Gorontalo. Dengan menggunakan metode analisis regresi linear sederhana, yang di olah menggunakan Statistical Product and Service Solution (SPSS) 16. serta analisis statistik deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel penelitian yaitu sebanyak 98 Responden. (Siskawati A.Zakaria, 2024)

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam mengeksplorasi korelasi antara variabel-variabel tertentu. Menurut Uma Sekaran (2017), dalam konteks penelitian kuantitatif, data dikumpulkan melalui angket atau data numerik untuk analisis statistik. Sementara itu, pendekatan asosiatif dalam penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua atau lebih variabel yang dapat menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol fenomena tertentu. Pendekatan ini dianggap lebih kompleks daripada pendekatan deskriptif dan komparatif (sesuai dengan Marilyn Lichtman dalam Sugiyono, 2018). Menurut Sugiyono (2017:117), populasi merujuk pada cakupan umum dari subjek yang memiliki karakteristik yang relevan dengan penelitian. Sampel, bagian dari populasi dengan karakteristik serupa, dipilih untuk studi lebih lanjut. Dalam penelitian ini, populasi ialah seluruh UMKM di Sidorejo Hilir, sementara sampel yang digunakan adalah 30 UMKM yang dipilih menggunakan metode convenience sampling. Convenience sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kemudahan akses dan keterjangkauan responden. Menurut Etikan, Musa, dan Alkassim (2016), convenience sampling adalah metode non-probabilitas di mana sampel dipilih berdasarkan ketersediaan dan kesediaan individu untuk berpartisipasi dalam penelitian. Sementara itu, menurut Creswell (2014), convenience sampling adalah pendekatan praktis yang memungkinkan peneliti mengumpulkan data dari responden yang mudah dijangkau tanpa mempertimbangkan representasi populasi secara ketat. (Sari, 2018)

Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini: X1, X2, dan Y, yang masing-masing mewakili variabel independen dan dependen. Variabel X1 ialah Strategi Penetapan Harga, dan variabel X2 ialah Modal Usaha, sedangkan variabel Y adalah Pendapatan UMKM. Data dikumpulkan melalui angket dan observasi, dengan jenis data primer berupa angket yang diisi oleh pemilik atau pengelola UMKM di Sidorejo Hilir. Data tersebut akan dianalisis menggunakan software SPSS versi 23.0. Proses analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, analisis regresi berganda, serta uji t dan uji F. Analisis ini bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam konteks penelitian ini, sehingga dapat memberikan kesimpulan yang akurat mengenai pengaruh strategi penetapan harga dan modal usaha terhadap pendapatan UMKM di Sidorejo Hilir.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang kita ingin ukur dan bukan mengukur yang lain sehingga hasil ukurnya valid. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner yang telah diisi oleh responden. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut secara riil (Imam Ghozali, 2018). Uji Validitas dapat dikatakan valid apabila signifikan $< 0,05$ atau 5 % sehingga apabila nilai signifikansinya sebesar 0,05 berarti data tersebut dinyatakan valid. Dengan hasil uji validitas pada tabel uji X1, X2, dan Y, $< 0,05$ dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner dapat dianggap valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Data

Item	Corrected Item-Total Correlation	r Tabel	Keterangan
X.1.1.1	0,547	0,361	VALID
X.1.1.2	0,698	0,361	VALID
X.1.2.1	0,546	0,361	VALID
X.1.2.2	0,618	0,361	VALID
X.1.3.1	0,502	0,361	VALID
X.1.3.2	0,654	0,361	VALID
X.1.4.1	0,736	0,361	VALID
X.1.4.2	0,663	0,361	VALID
TOTAL_X1	1	0,361	VALID
X.2.1.1	0,683	0,361	VALID
X.2.1.2	0,623	0,361	VALID
X.2.2.1	0,497	0,361	VALID
X.2.2.2	0,558	0,361	VALID
X.2.3.1	0,695	0,361	VALID
X.2.3.2	0,720	0,361	VALID
X.2.4.1	0,740	0,361	VALID
X.2.4.2	0,675	0,361	VALID
X.2.5.1	0,720	0,361	VALID
X.2.5.2	0,681	0,361	VALID
X.2.6.1	0,670	0,361	VALID
X.2.6.2	0,588	0,361	VALID
X.2.7.1	0,602	0,361	VALID
X.2.7.2	0,515	0,361	VALID
X.2.8.1	0,515	0,361	VALID

X.2.8.2	0,567	0,361	VALID
X.2.9.1	0,524	0,361	VALID
X.2.9.2	0,528	0,361	VALID
X.2.10.1	0,598	0,361	VALID
X.2.10.2	0,587	0,361	VALID
TOTAL_X2	1	0,361	VALID
Y.1.1.1	0,787	0,361	VALID
Y.1.1.2	0,826	0,361	VALID
Y.1.2.1	0,777	0,361	VALID
Y.1.2.2	0,644	0,361	VALID
Y.1.3.1	0,589	0,361	VALID
Y.1.3.2	0,641	0,361	VALID
TOTAL_Y	1	0,361	VALID

Berdasarkan hasil analisis, semua item pertanyaan memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Menurut Sugiyono (2019:121) digunakan untuk menunjukan tingkat keandalan, keakuratan, ketelitian dan konsistensi dari indikator yang ada dalam kuesioner. Sehingga suatu penelitian yang baik selain harus valid juga harus reliabel supaya memiliki nilai ketepatan saat diuji dalam periode yang berbeda. Pengujian reliabilitas menggunakan metode koefisien reliabilitas Alpha Cornbach's. Dengan ketentuan:

- Jika nilai cronbach's alpha $\alpha > 0,6$ maka pertanyaan-pernyataan yang dicantumkan di dalam kuesioner dinyatakan terpercaya atau reliabel.
- Jika nilai cronbach's alpha $< 0,6$ maka pertanyaan-pernyataan yang dicantumkan di dalam kuesioner dinyatakan tidak terpercaya atau tidak reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	Cronbach's Alpha	$> 0,60$	Keterangan
X1	0,766	Ya	RELIABEL
X2	0,911	Ya	RELIABEL
Y	0,798	Ya	RELIABEL

Berdasarkan pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel penelitian dapat diandalkan atau reliable, karena memiliki nilai Cronbach's Alpha yang disyaratkan yaitu di atas nilai kritis (>0.60).

Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan uji normalitas dimaksudkan untuk melihat sebaran data, apakah data mendekati distribusi normal, yang dimaksud dengan distribusi normal yakni sebuah data yang baik akan membentuk seperti sebuah lonceng (Bell shaped) artinya tidak berat ke kiri maupun kanan (Ghozali, 2018:151). Oleh sebab itu, dalam pengujian normalitas memerlukan teknik uji statistic non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) yang digambarkan melalui Asymp.Sig (2-tailed) dengan syarat :

- (1) Jika hasil sig ($p < 0,05$), maka distribusi data yang di uji dapat diartikan tidak normal.
- (2) Jika hasil signifikansi ($p > 0,05$), maka distribusi data yang di uji dapat diartikan normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Data

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	$> 0, 05$	Keterangan
X1, X2 DAN Y	0, 200	Ya	NORMAL

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov Smirnov diatas, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas Data

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
X1	0,625	1.600	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X2	0,625	1.600	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan guna melihat adakah hubungan diantara variabel bebas dalam model regresi (Ghozali, 2016:105). Sebuah pemodelan regresi dikatakan baik apabila diantara variabel independen tidak memiliki korelasi. Pengujian multikolinearitas tampak dari nilai VIF dan nilai toleran. Adapun kriteria dari uji multikolinearitas yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Jika nilai tolerance $\geq 0,10$ atau $VIF \leq 10$, dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas.
2. Jika nilai tolerance $\leq 0,10$ atau $VIF \geq 10$, dapat diartikan bahwa terdapat multikolinearitas

Berdasarkan hasil tabel diatas, hasil perhitungan nilai tolerance variabel independen memiliki nilai Tolerance $> 0,10$ variabel Harga (X1) dengan nilai 0,625 yang berarti $0,625 > 0,10$, variabel Modal Usaha (X2) dengan nilai 0,625 yang berarti $0,625 > 0,10$. Maka hal ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas. Dengan nilai $VIF < 10$ untuk variabel penelitian Harga (X1) yaitu sebesar 1,600 yang berarti $1,600 VIF < 10$, untuk variabel Modal Usaha (X2) dengan nilai VIF sebesar 1,600 yang berarti $1,600 VIF < 10$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinieritas dalam model regresi sehingga data dikatakan baik dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Signifikansi	$> 0, 05$	Keterangan
X1	0,637	Ya	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
X2	0,368	Ya	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menentukan apakah ada perbedaan varians antara residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila ini terjadi, Sugiyono (2017:127) menyimpulkan bahwa ada gejala heteroskedastisitas. Untuk mengukur heteroskedostisitas, uji glejser digunakan dengan standar alpha 0,05. Kesimpulannya adalah :

- Tanda-tanda di atas 0,05 menunjukkan bahwa penelitian tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas.
- Tanda-tanda di bawah 0,05 menunjukkan bahwa penelitian menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil output tabel uji glejser diatas dapat dilihat bahwa nilai sig. pada variabel Harga (X1) yaitu 0,637 yang artinya bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dengan ketentuan sig > dari 0,05 dan pada pengujian variabel Modal Usaha (X2) dapat dilihat nilai sig 0,368 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas dengan ketentuan sig > dari 0,05.

Tabel 6 Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.765 ^a	.585	.535	2.418	2.394

Uji autokorelasi digunakan untuk melihat apakah ada hubungan linier antara error serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (data time series). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dalam suatu model penelitian dapat menggunakan uji Durbin watson. Nilai Durbin watson yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan nilai d-tabel. Pada $\alpha = 5\%$, hasil perbandingan akan menghasilkan kesimpulan seperti kriteria sebagai berikut:

$$DU < DW < 4-DU$$

Diketahui : N = 30 dan K(2)

- Nilai DL = 1.2837
- Nilai DU = 1.5666
- Nilai 4-DU = 2,4334
- Kesimpulan = $1,5666 < 2,394 < 2,4334$ (Tidak Terjadi Autokorelasi)

Tabel 7. Uji Parsial

Variabel	t Tabel	t Hitung	Signifikansi	Keterangan
X1	2.052	-0.038	0,970	Tidak Berpengaruh Signifikan
X2	2.052	4.820	0,000	Berpengaruh Signifikan

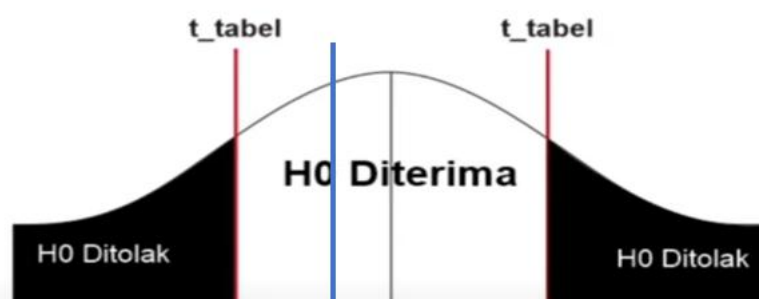
Uji-t berguna untuk mengetahui bagaimana media sosial dan komunikasi bisnis memengaruhi perkembangan bisnis. Syarat pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- H0 ditolak dan Ha diterima jika nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel;
- H0 ditolak dan Ha ditolak jika nilai t-hitung lebih rendah dari t-tabel.

Adapun syarat pengambilan keputusan diatas adalah jika nilai t hitung positif. Dikarenakan hasil uji parsial kami di variabel X1 yaitu t hitung -0,038. Maka syarat pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- t Hitung < -t Tabel artinya H0 ditolak dan Ha diterima (Berpengaruh)
- t Hitung > -t Tabel artinya H0 diterima dan Ha ditolak (Tidak Berpengaruh)

Dapat dilihat dari kurva dibawah ini :



1. Pengujian Harga (X1) dengan Pendapatan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang dapat dilihat dari tabel diatas diperoleh t hitung untuk variabel Harga sebesar -0,038 dan $df = n-k$ ($30-2=28$), diperoleh t tabel 2.052. Didalam hal ini t hitung $-0,038 < t$ tabel = 2.052. Maka ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H_0 diterima yang berarti secara parsial Harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Pendapatan. Selanjutnya terlihat pula nilai probabilitas t yakni sig adalah 0,970 sedangkan taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya 0,05 maka nilai sig $0,970 > 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti secara parsial Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan.

2. Pengujian Modal Usaha (X2) dengan Pendapatan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian yang dapat dilihat dari tabel diatas diperoleh t hitung untuk variabel Modal Usaha sebesar 4.820, dan $df = n-k$ ($30-2=28$), diperoleh t tabel 2.052. Didalam hal ini t hitung $4.820 > t$ tabel = 2.052. Selanjutnya terlihat pula nilai probabilitas t yakni sig adalah 0,000 sedangkan taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya 0,05 maka nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Modal Usaha berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Pendapatan.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan

Dependent	Independent	F Hitung	F Tabel	Keterangan
Y	X1 & X2	18,407	3, 340	Berpengaruh

Berdasarkan uji ANOVA (Analisis Variasi) pada tabel di atas diperoleh F hitung sebesar 18,407 dengan tingkat signifikansi 0,000 dan F tabel sebesar 3,340. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa F hitung lebih besar 18,407 dari F tabel 3,340 . Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa faktor harga dan modal usaha secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.

Tabel 9 Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjs. R Square	Std. Error if the Estimate
0,760	0,577	0,546	2,630

1. $R = 0,577$ berarti hubungan antara harga, modal usaha terhadap pendapatan sebesar 57,7% yang berarti memiliki hubungan yang erat. Semakin besar R berarti hubungan semakin erat.
2. Adjusted R Square sebesar 0,546 berarti 54,6% faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dapat dijelaskan oleh harga dan modal usaha. Sedangkan sisanya 45,4% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Harga (X1) terhadap Pendapatan (Y)

Hasil analisis statistik membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh secara signifikan variabel Harga (X1) terhadap variabel Pendapatan (Y). Berdasarkan dari hasil uji t mengenai pengaruh Harga terhadap Pendapatan yang dinyatakan bahwa t hitung $> t$ tabel. Uji t pada tingkat sig 5%

yang diketahui ($n-k$) dimana n adalah jumlah responden dan k jumlah variable independent. Yang menyatakan bahwa t hitung $-0.038 > t$ tabel 2.052 , maka ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H_0 diterima, yang berarti secara parsial Harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Pendapatan. Nilai signifikan dari hasil uji parsial $0,970 > 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti secara parsial Harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan, hal ini dikarenakan uji ketentuan dalam signifikan harus lebih kecil dari α . Jadi artinya penetapan harga bukan faktor utama yang memengaruhi pendapatan UMKM di Sidorejo Hilir. Kemungkinan, permintaan produk sudah stabil sehingga perubahan harga tidak terlalu berdampak pada penjualan. Selain itu, faktor lain seperti modal usaha, strategi pemasaran, dan kualitas produk mungkin lebih berpengaruh dibandingkan harga. Persaingan pasar yang ketat juga bisa menjadi alasan mengapa perubahan harga tidak berdampak signifikan, karena pelanggan memiliki banyak pilihan. Bisa jadi, strategi harga yang digunakan UMKM di daerah ini belum optimal, misalnya belum menyesuaikan harga dengan nilai produk atau belum menerapkan strategi yang menarik lebih banyak pelanggan.

2. Pengaruh Modal Usaha (X_2) terhadap Pendapatan (Y)

Hasil analisis statistik membuktikan bahwa terdapat pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan. Berdasarkan dari hasil uji t mengenai pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan yang dinyatakan bahwa t hitung $> t$ tabel. Uji t pada tingkat sig 5% yang diketahui ($n-k$) dimana n adalah jumlah responden dan k jumlah variable independent. Yang menyatakan bahwa t hitung $4.820 > t$ tabel 2.052 yang mempunyai angka signifikan, maka ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H_1 diterima, yang berarti secara parsial Modal Usaha mempunyai pengaruh signifikan terhadap Pendapatan. Artinya, semakin besar modal usaha yang dimiliki UMKM, semakin besar pula peluang mereka untuk meningkatkan pendapatan. Modal usaha yang cukup memungkinkan UMKM untuk membeli bahan baku berkualitas, meningkatkan kapasitas produksi, melakukan inovasi produk, serta memperluas jaringan pemasaran. Sejalan dengan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Deli Serdang (2023) yang menyebutkan bahwa 40% UMKM di Sidorejo Hilir mengalami stagnasi pendapatan akibat kurangnya akses modal usaha. Tanpa modal yang memadai, UMKM sulit bersaing karena keterbatasan dalam meningkatkan produksi dan melakukan strategi pemasaran yang efektif.

3. Pengaruh Harga (X_1) dan Modal Usaha (X_2) Terhadap Pendapatan (Y)

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti yang berkaitan dengan variabel Harga (X_1) dan Modal Usaha (X_2) yang menyatakan nilai uji F sebesar F hitung $18,407 > 3,340$. Maka Hal ini berarti Harga dan Modal Usaha secara bersama berpengaruh terhadap Pendapatan. Artinya walaupun secara parsial Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan, ketika digabungkan dengan modal usaha, kedua faktor ini bersama-sama memberikan dampak terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Dengan Modal usaha yang cukup memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan strategi penetapan harga mereka, misalnya dengan menyesuaikan harga sesuai kualitas produk, melakukan inovasi, serta meningkatkan daya saing di pasar. Di sisi lain, jika modal usaha terbatas, UMKM mungkin kesulitan dalam menentukan harga yang kompetitif karena biaya produksi yang tinggi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan dari hasil penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis, variabel independen Harga (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen Pendapatan (Y).
2. Berdasarkan hasil analisis, variabel independen Modal Usaha (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen Pendapatan (Y).

3. Berdasarkan hasil analisis, secara simultan variabel independen Harga (X1) dan Modal Usaha (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen Pendapatan (Y).

Bibliography:

- AMANA, A. (2021). *PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK-PRODUK BEAR BRAND*. Jakarta.
- Hayani, L. (2021). PENGARUH MODAL USAHA DAN PENGALAMAN BISNIS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA ONLINE SHOP DI KOTA BATURAJA. *Skripsi*.
- Indonesia, B. (2023). *Laporan Perkembangan UMKM DI indonesia Tahun 2023*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Jarul Mustajirin, N. R. (2023). PENGARUH MODAL, JAM KERJA DAN LOKASI TERHADAP PENDAPATAN UMKM DIKECAMATAN DEMAK. *Jurnal Akuntansi Manajemen Hukum Informatika*, 31-49.
- John Mensah, P. K. (2022). PENGARUH KEMASAN TERHADAP KUALITAS YANG DIRASAKAN DAN LOYALITAS MEREK : PERAN MEDIASI ASOSIASI MEREK DALAM PASAR OBAT BEBAS. *Jurnal Terbuka Bisnis dan Manajemen*.
- John Mensah, P. K. (n.d.). PENGARUH KEMASAN TERHADAP KUALITAS YANG DIRASAKAN DAN LOYALITAS MEREK;.
- Lestari, O. I. (2021). PENERAPAN PENCATATAN PENDAPATAN BEBAN PADA WAREHOUSE PT.SUPRA RAGA TRANSPORT. *Skripsi*.
- Pardede, J. (2022). PENGARUH HARGA , PROMOSI DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MERK PRETTYFIT PADA PT. CHRISTOPER ADIDAYA REKANANDA. *Skripsi*.
- Putri Ayuni, N. (2024). PENGARUH MODAL USAHA DAN HARGA JUAL TERHADAP PENDAPATAN UMKM LINGKUNGAN II DAN III KECAMATAN DELI TUA. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 8085-8093.
- Sari, N. (2018). PENGARUH MOTIVASI, KOMITMEN ORGANISASI, DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KEDISIPLINAN KERJA AUDITOR. *Skripsi*.
- Siskawati A.Zakaria, M. A. (2024). PENGARUH MODAL USAHA TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH MAKANAN DAN MINUMAN DI KOTA GORONTALO. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 497-505.
- UKM, K. (2023). *Statistik UMKM Indonesia 2023*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- UMKM, D. K. (2023). *Data UMKM di Sidorejo Hilir Tahun 2023*. Medan: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Deli Serdang.
- Windasari. (2020). PENGARUH MODAL USAHA DAN KARAKTERISTIK WIRAUSAHA TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA PADA SENTRA KAOS SUCI BANDUNG. *Skripsi*.