

## PENGARUH HARGA DAN MODAL USAHA TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DI UD AGS SAYUR FRESH MMTc

Tohonan Silalahi, Marupa Siregar<sup>2</sup>, Rinciani Zamili<sup>3</sup>

Universitas Sari Mutiara Indonesia, Medan

e-mail: siregarmarupa75@gmail.com

**Abstract:** *This study aims to determine the partial and simultaneous effects of price and business capital on sales growth at ud ags sayur fresh mmtc medan. This study employed a quantitative research method with a population consisting of all customers and business actors who conducted transactions at ud ags sayur fresh mmtc medan. The research sample consisted of 91 respondents selected using the purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, f-test, and the coefficient of determination ( $r^2$ ) with the assistance of ibm spss statistics 26. The results showed that the first hypothesis ( $h_1$ ) was accepted, indicating that price had a positive and significant effect on sales growth. This was evidenced by a calculated t-value of 4.002, which was greater than the t-table value of 1.987, and a significance value of 0.000, which was less than 0.05. Furthermore, the second hypothesis ( $h_2$ ) was accepted, indicating that business capital had a positive and significant effect on sales growth, with a calculated t-value of 4.380, which was greater than the t-table value of 1.987, and a significance value of 0.000, which was less than 0.05. Meanwhile, the third hypothesis ( $h_3$ ) was also accepted, indicating that price and business capital simultaneously had a positive and significant effect on sales growth, as evidenced by a calculated f-value of 33.818, which was greater than the f-table value of 3.10, and a significance value of 0.000, which was less than 0.05. The coefficient of determination ( $r^2$ ) test showed a value of 0.435, indicating that price and business capital were able to explain 43.5% of the variation in sales growth, while the remaining 56.5% was influenced by other variables outside the scope of this study. Therefore, it can be concluded that price and business capital have a positive and significant effect on sales growth at ud ags sayur fresh mmtc medan, both partially and simultaneously.*

**Keywords:** price, business capital, sales growth.

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan harga dan modal usaha terhadap peningkatan penjualan pada ud ags sayur fresh mmtc medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi seluruh pelanggan dan pelaku usaha yang melakukan transaksi di ud ags sayur fresh mmtc medan. Sampel penelitian berjumlah 91 responden yang diperoleh melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi ( $r^2$ ) dengan bantuan ibm spss statistics 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis pertama ( $h_1$ ) diterima, yaitu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar  $4,002 > t$  tabel sebesar 1,987 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Selanjutnya, hipotesis kedua ( $h_2$ ) diterima, yaitu modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan dengan nilai t hitung sebesar  $4,380 > t$  tabel sebesar 1,987 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sementara itu, hipotesis ketiga ( $h_3$ ) diterima, yang menunjukkan bahwa harga dan modal usaha secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan, dengan nilai f hitung sebesar  $33,818 > f$  tabel sebesar 3,10 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji

koefisien determinasi ( $r^2$ ) menunjukkan nilai sebesar 0,435, yang berarti bahwa harga dan modal usaha mampu menjelaskan peningkatan penjualan sebesar 43,5%, sedangkan sisanya sebesar 56,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa harga dan modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada ud ags sayur fresh mmtc medan, baik secara parsial maupun simultan.

**Kata Kunci:** Harga, Modal Usaha, Penjualan

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat telah berdampak pada semakin banyaknya jumlah usaha baru, termasuk pada bidang ekonomi. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat persaingan antar pelaku usaha semakin tinggi sehingga setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu mengelola usahanya secara efektif agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif (Siahaan et al., 2023). Salah satu sektor usaha yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah usaha perdagangan bahan pangan segar, khususnya sayur mayur.

Usaha sayur mayur memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat karena produk yang diperdagangkan merupakan kebutuhan pokok yang dikonsumsi setiap hari. Namun, usaha sayur mayur memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan usaha lainnya. Produk yang dijual bersifat mudah rusak, memiliki umur simpan yang relatif pendek, serta dipengaruhi oleh kondisi cuaca, musim panen, dan distribusi barang. Selain itu, harga sayuran cenderung mengalami perubahan yang cepat mengikuti kondisi pasokan dan permintaan pasar (Sukma et al., 2024). Oleh karena itu, pelaku usaha sayur mayur perlu menerapkan strategi yang tepat agar mampu mempertahankan kelangsungan usahanya dan meningkatkan penjualan.

Di tengah kondisi tersebut, muncul berbagai usaha sayur-mayur yang mencoba menangkap peluang pasar, salah satunya adalah UD AGS Sayur Fresh, sebuah usaha yang didirikan oleh Alfie

Suka Ginting, yang kemudian disingkat menjadi AGS. Usaha ini berdiri sejak dibukanya Pasar Raya MMTC pada tahun 2017 tepatnya pada bulan mei, yang menjadi salah satu pusat perdagangan di kawasan MMTC Medan dengan sekitar 1.200 kios yang beroperasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, keberadaan pasar tersebut memberikan peluang yang besar bagi pedagang sayur-mayur karena tingginya aktivitas perdagangan dan luasnya jangkauan konsumen. Pasar tradisional merupakan pusat aktivitas ekonomi yang berperan penting dalam mempertemukan penjual dan pembeli sehingga menciptakan peluang usaha bagi masyarakat sekitar. (Sumiati et al., 2022).

Sejak awal berdirinya pada tahun 2017 tepatnya pada bulan mei, UD AGS Sayur Fresh memulai usaha dalam skala kecil dengan modal yang terbatas dan tanpa pelanggan tetap. Pada tahap awal, penjualan hanya mengandalkan pembeli eceran dari sekitar kawasan pasar. Persaingan yang cukup ketat dengan banyaknya pedagang lain di Pasar Raya MMTC menjadi tantangan tersendiri bagi usaha ini dalam meningkatkan penjualan. Selain itu, keterbatasan modal membuat penyediaan stok belum maksimal dan variasi produk masih terbatas. Kondisi tersebut sejalan dengan karakteristik UMKM yang pada umumnya menghadapi kendala permodalan, keterbatasan sumber daya usaha, serta tingginya tingkat persaingan pasar pada fase awal pengembangan usaha (Sholikin, 2024).

Namun melalui konsistensi dalam menjaga kualitas dan kesegaran sayuran, penetapan harga yang kompetitif, serta pelayanan yang baik, UD AGS Sayur

Fresh secara bertahap memperoleh kepercayaan pelanggan. Perkembangan usaha tersebut ditandai dengan perluasan pasar dari konsumen eceran hingga menjalin kerja sama dengan beberapa swalayan dan toko kebutuhan pokok di Kota Medan sebagai pemasok sayuran segar. Selain itu, jumlah kios yang dimiliki juga bertambah dari satu kios pada awal berdiri menjadi tiga kios yang berlokasi di Blok B Nomor 191, 192, dan 193 Pasar Raya MMTC Medan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga yang kompetitif, dan pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan serta loyalitas pelanggan sehingga mendorong pertumbuhan usaha (Chrisnaya et al., 2023).

Meskipun mengalami perkembangan usaha, UD AGS Sayur Fresh masih menghadapi berbagai kendala yang berhubungan dengan peningkatan penjualan. Berdasarkan hasil survei awal dan wawancara terhadap 10 orang karyawan yang terlibat langsung dalam kegiatan operasional usaha, diperoleh informasi bahwa perusahaan sering menghadapi kendala dalam menjaga ketersediaan stok ketika permintaan meningkat. Selain itu, perubahan harga dari pemasok menyebabkan harga jual produk sering mengalami penyesuaian sehingga memengaruhi jumlah pembelian konsumen. Karyawan juga menyampaikan bahwa keterbatasan modal usaha menjadi salah satu hambatan dalam menambah stok barang dan memperluas variasi produk yang dijual (Rusnawati et al., 2021)

Permasalahan tersebut berdampak pada kondisi penjualan yang cenderung mengalami fluktuasi. Peningkatan penjualan merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur keberhasilan suatu usaha. Semakin tinggi tingkat penjualan yang dicapai, maka semakin besar peluang perusahaan untuk memperoleh keuntungan, memperluas pasar, dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Sebaliknya, apabila penjualan mengalami penurunan

secara terus-menerus, maka kondisi tersebut dapat menghambat pertumbuhan usaha dan mengurangi kemampuan perusahaan dalam bersaing dengan kompetitor. Oleh karena itu, peningkatan penjualan menjadi salah satu tujuan untuk Perusahaan karena berhubungan dengan pertumbuhan usaha dan keberhasilan dalam mempertahankan daya saing di pasar (Nurjannah & Sri Utami, 2025)

Pada UD AGS Sayur Fresh, perubahan harga dari pemasok sering menyebabkan harga jual produk mengalami fluktuasi. Berdasarkan hasil observasi, beberapa produk seperti brokoli, paprika, arcis, selada bulat, dan timun kyuri mengalami perbedaan harga yang cukup signifikan antara harga terendah dan harga tertinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan harus mampu menetapkan harga yang kompetitif agar tetap dapat menarik konsumen tanpa mengurangi keuntungan usaha. Apabila harga yang ditetapkan terlalu tinggi, konsumen berpotensi beralih ke pedagang lain. Sebaliknya, apabila harga terlalu rendah, keuntungan yang diperoleh perusahaan dapat menurun.

Selain harga, modal usaha juga sangat menentukan kemampuan toko dalam menyediakan produk berkualitas, menjaga stok, dan meningkatkan pelayanan. Sebagai contoh, penelitian (Irfan et al., 2023) menemukan bahwa modal usaha yang memadai mendorong inovasi produk pada UMKM, yang pada gilirannya berkontribusi pada keberhasilan usaha. Selain itu, studi dari (Salim & Rahmadhani, 2024) di Gorontalo menunjukkan bahwa modal usaha secara signifikan berpengaruh terhadap pendapatan UMKM makanan dan minuman. Dengan kata lain, ketersediaan modal memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan ekspansi stok, memperkuat manajemen rantai pasok, dan memperbaiki pelayanan, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi tingkat penjualan, karena konsumen lebih terjamin terhadap ketersediaan produk serta kualitas yang ditawarkan. Dengan

banyaknya variasi maka penjual bisa membuat macam-macam stok produk dengan modal yang tercukupi sehingga bisa terjadi peningkatan penjualan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UD AGS Sayur Fresh, usaha ini awalnya dijalankan dengan modal sebesar, Rp6.000.000. Modal tersebut digunakan untuk persediaan awal dalam jumlah terbatas dan sudah termasuk uang sewa pada saat itu. Seiring dengan perkembangan usaha, terjadi peningkatan modal yang ditandai dengan bertambahnya jumlah kios dan jumlah pembelian barang yang bertambah dari awalnya hanya 1-5 jenis produk menjadi 10 jenis barang dalam kondisi tertentu bisa lebih jika modal usaha mencukupi untuk produk yang dijual. Meskipun demikian, keterbatasan modal masih menjadi salah satu kendala dalam menjaga ketersediaan stok. Kondisi ini menunjukkan bahwa modal usaha merupakan faktor penting dalam mendukung pengembangan usaha, karena semakin besar modal yang dimiliki maka semakin besar pula kemampuan usaha untuk meningkatkan kapasitas operasional dan mengembangkan usahanya (Rusnawati et al., 2021).

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan utama yang dihadapi oleh UD AGS Sayur Fresh adalah persaingan usaha yang semakin ketat di kawasan MMTC, ketidakstabilan harga sayuran dari pemasok, penjualan yang tidak konsisten akibat fluktuasi harga, keterbatasan modal usaha yang berdampak pada kurang optimalnya penyediaan stok dan variasi produk, serta ketersediaan barang yang sering tidak mencukupi pada saat permintaan tinggi. Selain itu, konsumen yang sensitif terhadap harga menyebabkan mereka mudah beralih ke pesaing. Kondisi-kondisi tersebut diduga menjadi faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan pada usaha ini. Oleh karena itu, pembahasan mengenai kedua variabel ini sangat relevan bagi UD AGS Sayur Fresh Medan agar dapat merumuskan strategi bisnis yang tepat dalam meningkatkan

daya saing dan mempertahankan keberlanjutan usaha.

Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh harga dan modal usaha terhadap peningkatan penjualan di UD AGS Sayur Fresh Medan. Faktor lain diluar variable tidak menjadi fokus penelitian ini.

## METODE

### Pendekatan Penelitian

Metode penelitian menggunakan kuantitatif pada pengaruh asosiatif kausal hubungan sebab akibat antara dua atau lebih independen dengan satu variabel dependen untuk Harga dan modal usaha terhadap penjualan.

### Tempat dan waktu

Penelitian ini dilakukan di UD AGS Sayur Fresh Medan yang berada di Jl. Wiliam Iskandar Komplek MMTC Pasar Basah/ Sayuran. Blok B No. 192 & 193 Medan Sumatera Utara.

### Populasi dan Sampel

Populasi melibatkan proses penjualan, pelayanan, dan pengelolaan stok, serta para pedagang sayur mayur yang berjualan di sekitar MMTC yang secara tidak langsung. Penentuan sampel dengan Slovin menggunakan teknik simple random sampling dengan memberikan kesempatan yang sama (Siregar et al., 2026). Pegawai UD AGS yang terlibat langsung sebesar 1.001 orang yang terdiri 10 pegawai UD AGS Sayur Fresh Medan dan 991 pedagang sekitar MMTC

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{1001}{1 + 1001 (0,1)^2} = 91$$

### Teknik Pengumpulan Data Data Primer

Penelitian menggunakan data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pegawai UD Sayur

Fresh Medan dan pedagang pesaing di sekitar UD AGS. Kuesioner disusun berdasarkan variabel penelitian dengan menggunakan skala Likert..

### Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumentasi, data pengelola Pasar Raya MMTC, serta literatur dan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Data tersebut digunakan untuk mendukung dan melengkapi data primer dalam proses analisis penelitian.

### Definisi Operasional Variabel

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) adalah: (X1) = Harga, (X2) = Modal Usaha. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Peningkatan Penjualan(Y).

### Teknik Analisis Data

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah kuesioner valid atau tidak. Dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji validasi jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka kuesioner valid dan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka kuesioner tidak valid.

Uji reliabel terhadap kuesioner konsisten atau stabil tidak berubah ubah yang diukur dengan *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  maka reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 ( $> 0,05$ ), sedangkan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $< 0,05$ ) maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

#### 2. Uji Multikolinearitas

Jika nilai Tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model penelitian

#### 3. Uji Heteroskedastisitas

Dikatakan terjadi heteroskedastisitas apabila terdapat pola tertentu pada penyebaran titik-titik pada grafik scatterplot, atau apabila nilai signifikansi pada uji Glejser kurang dari 0,05 ( $< 0,05$ ). Sebaliknya, jika tidak terdapat pola yang jelas pada scatterplot dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 ( $> 0,05$ ), maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (homoskedastisitas).

### Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas (independent) terhadap satu variabel terikat (Dependen). Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh harga (X1) dan modal usaha (X2) terhadap peningkatan penjualan (Y). Model persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Persamaan : } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

### Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh harga (X1) terhadap Peningkatan Penjualan (Y) serta pengaruh modal usaha (X2) terhadap peningkatan penjualan (Y). Kriteria pengambilan keputusan adalah Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau Sig.  $< 0,05$ , maka hipotesis diterima Artinya variabel bebas ( independent ) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen). Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , atau Sig.  $> 0,05$ , maka hipotesis ditolak Artinya variabel bebas ( independent ) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen).

### Uji F (Uji Simultan)

Uji F berfungsi untuk mengetahui apakah model penelitian yang digunakan layak atau tidak dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai Sig.  $< 0,05$ , maka hipotesis yang diajukan diterima dan Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , atau nilai Sig.  $> 0,05$ , maka hipotesis yang diajukan ditolak.

### Uji Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga ( $X_1$ ) dan modal usaha ( $X_2$ ) dalam menjelaskan perubahan peningkatan penjualan ( $Y$ ). Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1. Apabila nilai  $R^2$  mendekati 0, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, apabila nilai  $R^2$  mendekati 1, maka variabel independen memiliki kemampuan yang sangat kuat dalam menjelaskan variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskriptif Variable Harga ( $X_1$ )

Jumlah skor hasil pengumpulan data sebesar  $1.430 + 1.148 + 294 + 84 + 15 = 2.971$ . Berdasarkan data bahwa nilai total skor variabel Harga sebesar 2.971 termasuk ke dalam kategori sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap aspek Harga, yang berarti harga produk dinilai terjangkau, sesuai dengan kemampuan beli pelanggan, mampu bersaing dengan pedagang lain, sebanding dengan mutu yang diberikan, serta strategi penetapan harga dinilai efektif dalam menarik pelanggan dan memberikan manfaat yang sesuai.

### Deskriptif Variable Modal Usaha ( $X_2$ )

Skor hasil pengumpulan data yang menunjukkan tingkat persetujuan responden sebesar  $(1.530 + 1.128 + 213 + 88 + 25 = 2.984)$ . Berdasarkan data yang terkumpul untuk variabel Modal Usaha, nilai sebesar 2.984 termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai modal usaha yang dimiliki sudah cukup memadai untuk

memulai dan menjalankan usaha, mendukung kelancaran operasional, penyediaan stok barang, perkembangan usaha, serta dimanfaatkan secara efektif dalam meningkatkan kegiatan operasional dan penjualan usaha.

### Deskriptif Variable Peningkatan Penjualan ( $Y$ )

Tingkat persetujuan responden sebesar  $(1.540 + 1.140 + 231 + 72 + 22 = 3.005)$ . Berdasarkan data yang terkumpul untuk variabel Peningkatan Penjualan, nilai sebesar 3.005 termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai usahanya mengalami peningkatan penjualan, yang ditandai dengan bertambahnya jumlah produk yang terjual, meningkatnya volume penjualan dan pendapatan usaha, tercapainya target penjualan, serta meningkatnya jumlah pelanggan dan kemampuan usaha dalam mempertahankan maupun menarik pelanggan baru.

### Hasil Pengujian Asumsi Klasik

#### Normalitas

#### Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed)) sebesar 0,055. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,055 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

variabel Harga ( $X_1$ ) dan Modal Usaha ( $X_2$ ) masing-masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0,769, yang berarti lebih besar dari 0,10. Selain itu, variabel Harga ( $X_1$ ) dan Modal Usaha ( $X_2$ ) masing-masing memiliki nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,300, yang berarti lebih kecil dari 10.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas. Dengan demikian,

asumsi multikolinearitas pada model regresi telah terpenuhi.

#### Uji Heteroskedastisitas

1. Nilai signifikansi variabel Harga ( $X_1$ ) sebesar 0,900, yaitu lebih besar dari 0,05 ( $0,900 > 0,05$ ). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Harga ( $X_1$ ) tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.
2. Nilai signifikansi variabel Modal Usaha ( $X_2$ ) sebesar 0,208, yaitu lebih besar dari 0,05 ( $0,208 > 0,05$ ). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Modal Usaha ( $X_2$ ) tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

#### Uji Regresi Linear Berganda

$$Y = 13.460 + 0,257 X_1 + 0,326 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 6,935. Nilai konstanta diperoleh 6,935, menunjukkan bahwa apabila variabel Harga ( $X_1$ ) dan Modal Usaha ( $X_2$ ) dianggap nol, maka Peningkatan Penjualan adalah sebesar 6,935.
2. Koefisien regresi variabel Harga ( $X_1$ ) sebesar 0,429. Nilai koefisien regresi Harga ( $X_1$ ) diperoleh 0,429 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Harga ( $X_1$ ) sebesar satu satuan akan meningkatkan Peningkatan Penjualan sebesar 0,429 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien regresi variabel Modal Usaha ( $X_2$ ) sebesar 0,368. Nilai koefisien regresi Modal Usaha sebesar 0,368 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Modal Usaha sebesar satu satuan akan meningkatkan Peningkatan Penjualan sebesar 0,368 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

#### Uji Parsial (Uji-t)

1. Berdasarkan hasil uji t, variabel Harga ( $X_1$ ) memiliki nilai t hitung

sebesar 4,002 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t hitung  $4,002 > 1,987$  (t tabel) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penetapan harga, maka semakin tinggi Peningkatan Penjualan.

2. Berdasarkan hasil uji t, variabel Modal Usaha ( $X_2$ ) memiliki nilai t hitung sebesar 4,380 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t hitung  $4,380 > 1,987$  (t tabel) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Modal Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar Modal Usaha yang dimiliki, maka semakin tinggi Peningkatan Penjualan.

#### Uji F (Secara Simultan)

Hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 33,818 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil pengujian menunjukkan bahwa F hitung ( $33,818 > F$  tabel (3,10) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian, variabel Harga ( $X_1$ ) dan Modal Usaha ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan.

#### Uji Determinasi ( $R^2$ )

Hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,435. Hal ini menunjukkan bahwa Harga ( $X_1$ ) dan Modal Usaha ( $X_2$ ) mampu menjelaskan Peningkatan Penjualan (Y) sebesar 43,5%, sedangkan 56,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Dengan demikian, kontribusi variabel Harga dan Modal Usaha terhadap Peningkatan Penjualan termasuk sebesar

43,5%.

## Pembahasan

### Pengaruh Harga (X<sub>1</sub>) Terhadap Peningkatan Penjualan (Y)

hasil uji parsial (uji t) menggunakan IBM SPSS Statistics 25, diketahui bahwa variabel Harga (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 4,002 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,987 ( $4,002 > 1,987$ ) serta nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar modal usaha yang dimiliki, maka semakin tinggi pula peningkatan penjualan. Sebaliknya, apabila modal usaha menurun, maka peningkatan penjualan juga cenderung menurun.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Fristy, 2021) yang menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada PT. ORI. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penetapan harga yang tepat mampu meningkatkan penjualan perusahaan. Hal ini mendukung hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan.

### Pengaruh Modal Usaha (X<sub>2</sub>) Terhadap Peningkatan Penjualan (Y)

Berdasarkan hasil dan analisis data secara uji parsial (uji t) menggunakan IBM SPSS Statistics 25, menunjukkan bahwa variabel Modal Usaha (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan (Y). Hal ini dapat dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 4,380 > t tabel sebesar 1,987 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga H<sub>2</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa Modal Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan. Oleh karena itu, semakin besar modal usaha yang dimiliki, maka semakin tinggi pula peningkatan penjualan. Sebaliknya, apabila modal usaha yang dimiliki berkurang, maka peningkatan penjualan juga cenderung menurun.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Lasoma et al., 2021) yang menyimpulkan bahwa Modal Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha mikro. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin besar modal usaha yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin besar pula kemampuan usaha untuk berkembang. Perkembangan usaha tersebut memungkinkan pelaku usaha meningkatkan kapasitas produksi, memperluas kegiatan usaha, serta memenuhi permintaan pasar, sehingga dapat mendorong peningkatan penjualan. Hal ini mendukung hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Modal Usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan.

### Pengaruh Harga (X<sub>1</sub>) dan Modal Usaha (X<sub>2</sub>) Terhadap Peningkatan Penjualan (Y)

Hasil uji simultan (uji F) menggunakan IBM SPSS Statistics 25, diperoleh nilai F hitung sebesar 33,818, sedangkan F tabel sebesar 3,10. Karena F hitung > F tabel ( $33,818 > 3,10$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>3</sub> diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X<sub>1</sub>) dan Modal Usaha (X<sub>2</sub>) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan (Y).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan penjualan dipengaruhi secara bersama-sama oleh Harga dan Modal Usaha. Semakin tepat penetapan harga yang diterapkan serta semakin besar modal usaha yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin tinggi pula peningkatan penjualan yang diperoleh. Sebaliknya, apabila penetapan harga kurang tepat dan



modal usaha yang dimiliki terbatas, maka peningkatan penjualan juga cenderung menurun. Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian Poppy Fristy (2021) yang menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan. Selain itu, penelitian (Lasoma et al., 2021) juga menyimpulkan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha. Hasil kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa penetapan harga yang tepat serta dukungan modal usaha yang memadai dapat mendorong perkembangan usaha dan meningkatkan penjualan. Dengan demikian, hasil penelitian tersebut mendukung temuan dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa Harga dan Modal Usaha secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan

## SIMPULAN

1. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan pada UD AGS Sayur Fresh MMTC Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 4,002 lebih besar dari t tabel sebesar 1,987 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, semakin tepat penetapan harga yang dilakukan, maka semakin tinggi peningkatan penjualan yang diperoleh.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel Modal Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan pada UD AGS Sayur Fresh MMTC Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 4,380 lebih besar dari t tabel sebesar 1,987 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, semakin besar modal usaha yang dimiliki dan dikelola secara efektif, maka semakin tinggi peningkatan

penjualan yang dicapai.

3. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), variabel Harga dan Modal Usaha secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan pada UD AGS Sayur Fresh MMTC Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 33,818 lebih besar dari F tabel sebesar 3,10 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.
4. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan nilai sebesar 0,435, yang berarti bahwa variabel Harga dan Modal Usaha mampu menjelaskan Peningkatan Penjualan sebesar 43,5%, sedangkan sisanya sebesar 56,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Mahmud, S. (2024). *Pengaruh Besaran Diskon Terhadap Tingkat Penjualan Mobil Pada PT . Hadji Kalla Cabang Luwuk Kabupaten Banggai*. 7(April), 257–265.
- Chrisnaya, N., Alamsyah, A. R., & Pradiani, T. (2023). *Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada aka Coffee malang*. 4(2), 1–14.
- Ghozali, & Imam. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ifah, E. N., & Ramadhani, R. (2024). *Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Tradisional*. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 657–667.  
<https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13772>
- Juwita, A., & Fadilla, S. P. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty*.

- Jurnal Manajemen Strategi Dan Simulasi Bisnis (JMASSBI)*, 5(1). <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>
- Siregar, M., Rizki, S., Silalahi, T., Marbun, I., & Sirait, Z. (2026). *PENGARUH ACRUAL DISCRESIONER DAN COMPETITIVE STRATEGY SUSTAINABLE COMPETITIVE*. 11(1), 121–128.
- Mahulae, K. K. (2023). *Analisis Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Tirta Indah Abadi*. 1(1), 25–47.
- Nugroho, A., & Pangesti, I. (2025). Ekopedia : Jurnal Ilmiah Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 450–458.
- Nurjannah, & Sri Utami. (2025). *Analisis Keberhasilan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan Umkm*. 3(8), 646–652.
- Nurlisa, Suryani, & Ismaulina. (2021). *Faktor – faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Toko Kelontong di Kabupaten Aceh Utara*. 4(1), 428–438.
- Panjaitan, S. M., Pembangunan, U., Budi, P., Sari, A. K., Akuntansi, F. E., Pembangunan, U., & Budi, P. (2024). *Analisis Investasi Aktiva Tetap Dan Modal Kerja Manufaktur Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia*. 2(8), 897–908.
- Pratama, R., Ramadhan, A., & Hasanah, U. (2025). *Pengaruh lama usaha , modal usaha dan inovasi terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Sunggal*. 5(2), 515–531.
- Pratiwi, A. E., Sari, Y. M. N., & Rindrayani, S. R. (2023). *Pengaruh Modal Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pancasila Di Kota Tasikmalaya*. *La Zhulma | Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 130–138. <https://doi.org/10.70143/lazhulma.v3i2.257>
- Salim, N., & Rahmadhani, S. (2024). *Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah*. *Among Makarti*, 17(1), 111. <https://doi.org/10.52353/ama.v17i1.634>
- Satdiah, A., Ekonomi, F., Bina, U., & Informatika, S. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De ' lucent Paint*. 2(1), 24–38.
- Sholikin, A. (2024). *Tantangan dan Peluang Pemberdayaan UMKM di Indonesia*. 2(1), 306–312.
- Siahaan, S., Nasution, S. L., & Pitriyani. (2023). *Traders In The Morning ( At Gelugur Market Rantauprapat ) Pengaruh Persaingan Harga , Tempat Dan Produk Terhadap Penjualan Pedagang Sayur Di Pagi Hari ( Di Pasar Gelugur Rantauprapat )*. 4(5), 6183–6192.
- Sukma, W., Nasution, A. H., Sinaga, A. M., & Sumanto, N. L. (2024). *Preferensi Konsumen Layanan Sayur Online Untuk Meningkatkan Penjualan Konsumen Rumahan Day Day Fresh*. *Jurnal Pertanian Agros*, 26(1), 5276–5295. <https://ejournal.janabadra.ac.id/index.php/JA/article/view/3980>
- Tambunan, F., Lani, M., Purba, B., Tambunan, E., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Mutiara, U. S. (2023). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Bus CV . Makmur Effect Of Price and Service Quality on Customer Satisfaction CV . Makmur Bus Transportation*. 6(2), 870–876. <https://doi.org/10.34007/jehss.v6i2.1>