

Pricing Strategy in MSMEs: The Influence of Raw Material Prices and Consumer Purchasing Power in Puan Maimun Traditional Market, Tanjung Balai Karimun

Strategi Penetapan Harga pada UMKM: Pengaruh Harga Bahan Baku dan Daya Beli Konsumen di Pasar Tradisional Puan Maimun Tanjung Balai Karimun

Ana Mariana Kalbu Odjan¹, Rochmad Ponco Wasito², Khenza Putri Shalsabilla³

Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cakrawala

¹haira.ana24@gmail.com, ²rochmadponcowasito@gmail.com,

³Khenza.relio555@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the effect of raw material prices and consumer purchasing power on pricing strategies of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) at Puan Maimun Traditional Market, Tanjung Balai Karimun. The research method employed is quantitative with an associative approach. The sample consisted of 87 respondents, determined using the Slovin formula from a population of 666 MSME actors, with data collected through a Likert-scale questionnaire. Data analysis was carried out using validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression with SPSS 25. The results show that: (1) raw material prices significantly influence pricing strategies, (2) consumer purchasing power significantly influences pricing strategies, and (3) raw material prices and consumer purchasing power simultaneously have a significant effect on MSME pricing strategies at Puan Maimun Traditional Market. These findings highlight the importance for MSME actors to consider both raw material price dynamics and consumer purchasing power in formulating adaptive and sustainable pricing policies.

Keywords: Raw Material Prices, Consumer Purchasing Power, Pricing Strategy.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga bahan baku dan daya beli konsumen terhadap strategi penetapan harga pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Pasar Tradisional Puan Maimun, Tanjung Balai Karimun. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 87 responden yang ditentukan dengan rumus Slovin dari populasi 666 pelaku UMKM, dan data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) harga bahan baku berpengaruh signifikan terhadap strategi penetapan harga, (2) daya beli konsumen berpengaruh signifikan terhadap strategi penetapan harga, dan (3) harga bahan baku serta daya beli konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap strategi penetapan harga pada UMKM di Pasar Tradisional Puan Maimun. Temuan ini menegaskan pentingnya bagi pelaku UMKM untuk memperhatikan dinamika harga bahan baku dan daya beli konsumen dalam merumuskan kebijakan harga yang adaptif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Harga Bahan Baku, Daya Beli Konsumen, Strategi Penetapan Harga.

1. Pendahuluan

Harga merupakan salah satu indikator ekonomi penting yang memengaruhi aktivitas pasar, khususnya dalam penyediaan kebutuhan pokok masyarakat. Dalam perspektif ekonomi mikro, harga berfungsi sebagai sinyal pasar yang dapat mempengaruhi keputusan produsen maupun konsumen (Mankiw, 2018). Ketika harga komoditas cenderung stabil, pelaku usaha dapat merancang strategi produksi, distribusi, dan pemasaran secara lebih terencana. Sebaliknya, fluktuasi harga yang tajam dapat menciptakan ketidakpastian yang berdampak pada keberlangsungan

usaha, khususnya bagi sektor informal dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Namun, sektor ini sangat rentan terhadap fluktuasi harga bahan baku yang dapat menekan margin keuntungan karena keterbatasan efisiensi produksi dan diversifikasi usaha (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). Fenomena fluktuasi harga komoditas juga terjadi di tingkat nasional dan daerah. Pada Juli 2025, harga cabai merah keriting nasional mengalami penurunan dari Rp45.182 menjadi Rp43.286 per kilogram, sementara harga beras dan daging ayam meningkat akibat gangguan distribusi dan pasokan (Bapanas, 2025). Di Tanjung Balai Karimun, yang bergantung pada distribusi antar-pulau, harga cabai merah sempat naik dari Rp79.000 menjadi Rp90.000 per kilogram akibat cuaca buruk dan keterlambatan pasokan, kemudian turun menjadi Rp66.000 setelah pasokan kembali normal (Radarsatu.com, 2025; Kepripedia, 2025).

Pasar Tradisional Puan Maimun merupakan pusat aktivitas ekonomi lokal dengan sekitar 294 kios, 372 lapak, dan menjadi tempat usaha bagi ratusan pelaku UMKM, sementara jumlah UMKM di Kabupaten Karimun telah mencapai lebih dari 8.000 unit usaha pada tahun 2023 (RCMNEWS, 2023). Kondisi ini menjadikan pasar tersebut sebagai indikator penting dalam melihat dampak fluktuasi harga bahan baku dan perubahan daya beli konsumen terhadap strategi penetapan harga UMKM. Secara teoritis, strategi penetapan harga dipengaruhi oleh biaya produksi, daya beli konsumen, dan persaingan pasar (Nagle & Müller, 2018). Kenaikan harga bahan baku seharusnya diikuti penyesuaian harga jual, namun keputusan tersebut harus mempertimbangkan daya beli konsumen agar tidak menurunkan permintaan atau mendorong konsumen beralih ke produk substitusi (Kotler & Keller, 2016).

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Pasar Tradisional Puan Maimun masih menetapkan harga secara intuitif berdasarkan kondisi pasar sesaat, tanpa mempertimbangkan analisis biaya, perilaku konsumen, maupun elastisitas permintaan. Selain itu, penelitian mengenai strategi penetapan harga pada UMKM di pasar tradisional, khususnya di wilayah perbatasan seperti Karimun, masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mengkaji pengaruh harga bahan baku dan daya beli konsumen terhadap strategi penetapan harga UMKM agar diperoleh bukti empiris yang sesuai dengan kondisi lokal dan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan bisnis yang lebih adaptif bagi pelaku usaha di Pasar Tradisional Maimun.

Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi penetapan harga, seperti harga bahan baku dan daya beli konsumen, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang relevan bagi pelaku UMKM untuk merumuskan kebijakan harga yang lebih adaptif, rasional, dan berkelanjutan. Hal ini penting untuk meningkatkan ketahanan usaha di sektor informal serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di Kabupaten Karimun secara lebih inklusif. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan judul **“Strategi Penetapan Harga Pada UMKM :Pengaruh Harga Bahan Baku Dan Daya Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Puan Maimun Tanjung Balai Karimun.”**

2. Metode

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif untuk menganalisis pengaruh harga bahan baku (X1) dan daya beli konsumen (X2) terhadap strategi penetapan harga (Y) pada pelaku UMKM di Pasar Tradisional Puan Maimun, Tanjung Balai Karimun. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis secara objektif, sehingga hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi praktis mengenai strategi penetapan harga yang efektif sesuai kondisi pasar dan struktur biaya.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif berupa skor atau angka yang diperoleh melalui kuesioner tertutup berskala Likert (Sugiyono, 2019). Sumber data terdiri atas data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari pelaku UMKM di Pasar Tradisional Puan Maimun melalui kuesioner, observasi, dan wawancara (Nazir, 2014), serta data sekunder yang berasal dari dokumen pemerintah daerah, Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karimun, media lokal, buku, jurnal, dan penelitian terdahulu sebagai pendukung analisis (Hasan, 2002).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM yang aktif berusaha di Pasar Tradisional Puan Maimun, Tanjung Balai Karimun, yang terdiri atas 294 kios dan 372 lapak atau sebanyak 666 unit usaha ($N = 666$). Pelaku usaha tersebut bergerak di berbagai sektor, seperti bahan pangan, sembako, sandang, kuliner, dan jasa, sehingga relevan untuk mengkaji strategi penetapan harga. Sampel penelitian ditentukan menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*, sehingga setiap pelaku UMKM memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden dan hasil penelitian diharapkan dapat mewakili populasi secara keseluruhan.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%, sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N \times e^2)$$

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi (666 pelaku UMKM)

e = tingkat kesalahan (*margin of error*), ditetapkan sebesar 10% atau 0,1

$n = N / (1 + N(e)^2) = 666 / (1 + 666(0.1)^2) = 87$ Responden

$n = 666 / (1 + 666 \times (0,1)^2)$

$n = 666 / (1 + 666 \times 0,01)$

$n = 666 / (1 + 6,66)$

$n = 666 / 7,66$

$n \approx 87$

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Tradisional Puan Maimun, Jalan Jenderal Ahmad Yani, Kelurahan Sungai Lakam, Kecamatan Karimun, Kabupaten Karimun, Provinsi Kepulauan Riau. Pasar ini dipilih karena merupakan pusat aktivitas ekonomi masyarakat dengan sekitar 294 kios dan 372 lapak yang menampung berbagai jenis usaha UMKM, seperti bahan pangan, sembako, pakaian, kuliner, dan jasa. Karakteristik

pasar yang dinamis, dipengaruhi oleh fluktuasi harga bahan baku dan daya beli masyarakat, menjadikannya lokasi yang relevan untuk mengkaji strategi penetapan harga pelaku UMKM.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui empat teknik. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung aktivitas pelaku UMKM, kondisi pasar, pola penetapan harga, serta dampak perubahan harga bahan baku. Wawancara semi-terstruktur dilakukan kepada beberapa pelaku UMKM untuk memperoleh informasi mengenai pertimbangan penetapan harga, kendala akibat kenaikan harga bahan baku, dan persepsi terhadap daya beli konsumen. Kuesioner menjadi instrumen utama penelitian kuantitatif dengan skala Likert 5 poin untuk mengukur variabel harga bahan baku (X1), daya beli konsumen (X2), dan strategi penetapan harga (Y) (Sugiyono, 2019). Selain itu, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dari laporan Dinas Koperasi dan UKM, data harga bahan pokok, media lokal, serta dokumentasi kegiatan pasar guna melengkapi dan memvalidasi data hasil observasi, wawancara, dan kuesioner.

3. Hasil dan Pembahasan

Analisis Hasil Uji Statistik

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana setiap butir pertanyaan mampu mengukur indikator yang dimaksud. Pengujian dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total variabel menggunakan teknik korelasi Product Moment Pearson. Item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Menurut Sugiyono (2019), instrumen yang valid berarti alat ukur tersebut mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Dengan kata lain, instrumen yang valid dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Rhitung	Rtabel (0,05 ; n=87)	Sig.	Keterangan
1	Harga Bahan Baku (X1)	0.610	0.210	0.000	Valid
		0.755	0.210	0.000	Valid
		0.720	0.210	0.000	Valid
		0.645	0.210	0.000	Valid
2	Daya Beli Konsumen (X2)	0.666	0.210	0.000	Valid
		0.709	0.210	0.000	Valid
		0.710	0.210	0.000	Valid
		0.723	0.210	0.000	Valid
3	Strategi Penetapan Harga (Y)	0.611	0.210	0.000	Valid
		0.630	0.210	0.000	Valid
		0.633	0.210	0.000	Valid
		0.795	0.210	0.000	Valid

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 1, diperoleh nilai r hitung untuk setiap item pertanyaan pada variabel harga bahan baku (X1) sebesar 0,610–0,755,

pada variabel daya beli konsumen (X2) sebesar 0,666–0,723, dan pada variabel strategi penetapan harga (Y) sebesar 0,611–0,795. Semua nilai r hitung tersebut lebih besar dibandingkan r tabel (0,210) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan sudah memenuhi syarat validitas dan layak dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

Uji Reliabilitas

Selain validitas, instrumen penelitian juga perlu diuji reliabilitasnya untuk memastikan konsistensi jawaban responden terhadap item pertanyaan yang diajukan. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, di mana suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$. Menurut Nunnally & Bernstein (1994), reliabilitas yang baik ditunjukkan dengan nilai Cronbach's Alpha minimal 0,60 untuk penelitian eksploratif, sedangkan untuk penelitian yang lebih aplikatif dapat digunakan batas 0,70. Hal ini sejalan dengan pendapat Ghozali (2018) yang menyatakan bahwa semakin tinggi nilai Cronbach's Alpha, semakin tinggi pula tingkat keandalan instrumen dalam mengukur variabel penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha >0.6	Keterangan
1	Harga Bahan Baku (X1)	4	0.619	Reliabel
2	Daya Beli Konsumen (X2)	4	0.658	Reliabel
3	Strategi Penetapan Harga (Y)	4	0.606	Reliabel

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 2, nilai Cronbach's Alpha untuk variabel harga bahan baku (X1) adalah 0,619, daya beli konsumen (X2) sebesar 0,658, dan strategi penetapan harga (Y) sebesar 0,606. Ketiga nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian reliabel. Artinya, instrumen kuesioner yang digunakan telah konsisten dan dapat dipercaya untuk mengukur variabel penelitian.

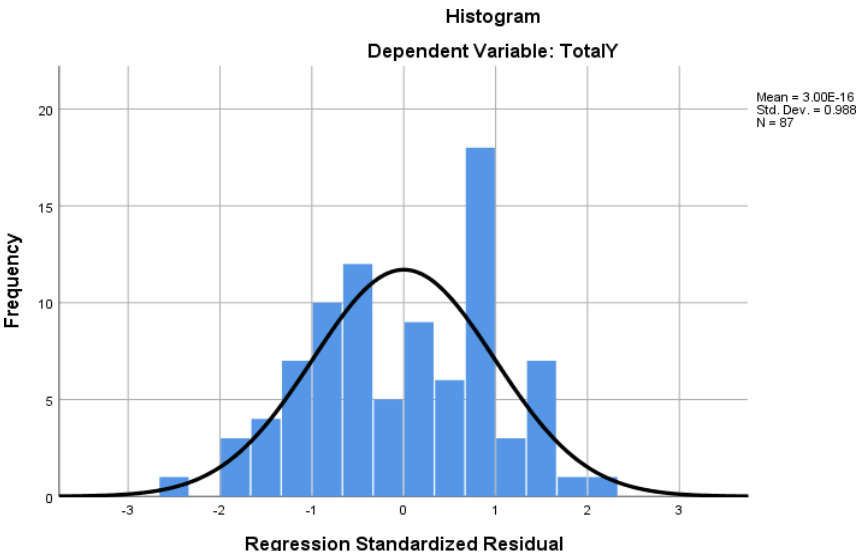
Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi linier berganda. Menurut Ghozali (2018), uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov maupun Shapiro-Wilk, dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, sebaliknya apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

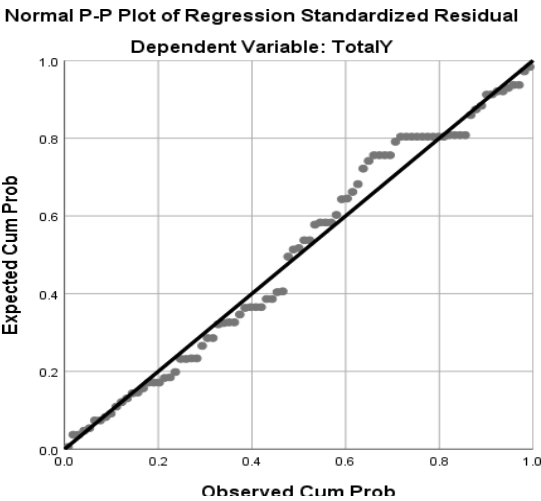
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.49714268
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.066
	Negative	-.104
Test Statistic		.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.022 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)



Gambar 1. Histogram

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)



Gambar 2. Normal P-P Plot

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,022 ($< 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa data residual tidak berdistribusi normal.

Namun demikian, pemeriksaan lebih lanjut menggunakan grafik histogram Gambar 1 memperlihatkan bahwa distribusi residual membentuk pola menyerupai kurva normal meskipun tidak sempurna. Begitu juga pada grafik Normal P-P Plot Gambar 2, titik-titik residual menyebar cukup mendekati garis diagonal, yang menunjukkan adanya kecenderungan distribusi normal.

Dengan demikian, meskipun hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan signifikansi $< 0,05$, namun berdasarkan grafik histogram dan P-P Plot distribusi residual masih dapat dianggap mendekati normal. Hal ini sejalan dengan pendapat Ghozali (2018) yang menyatakan bahwa pada penelitian dengan jumlah sampel yang cukup besar ($n > 30$), penyimpangan kecil dari normalitas tidak menjadi masalah serius karena analisis regresi masih cukup robust. Oleh sebab itu, data pada penelitian ini tetap dapat digunakan untuk analisis regresi linier berganda.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen. Adanya multikolinearitas dapat menyebabkan koefisien regresi menjadi tidak stabil, sehingga interpretasi hubungan antara variabel independen dan dependen menjadi bias.

Menurut Ghozali (2018), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel bebas. Pengujian dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada masing-masing variabel independen. Kriteria pengujiannya adalah:

1. Jika nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.
2. Sebaliknya, jika nilai Tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Dengan demikian, uji multikolinearitas menjadi langkah penting sebelum melakukan analisis regresi berganda untuk memastikan validitas model penelitian.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a					
Model		t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.723	.089		
	Harga Bahan Baku	3.199	.002	.626	1.597
	Daya Beli Konsumen	2.541	.013	.626	1.597

a. Dependent Variable: Strategi Penetapan Harga

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ditunjukkan pada Tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai Tolerance untuk variabel Harga Bahan Baku dan Daya Beli Konsumen adalah sebesar 0,626 ($> 0,10$), sedangkan nilai VIF keduanya sebesar 1,597 (< 10). Hasil ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen tidak memiliki masalah multikolinearitas.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat korelasi tinggi antar variabel independen, sehingga model layak untuk digunakan dalam analisis regresi linier berganda selanjutnya.

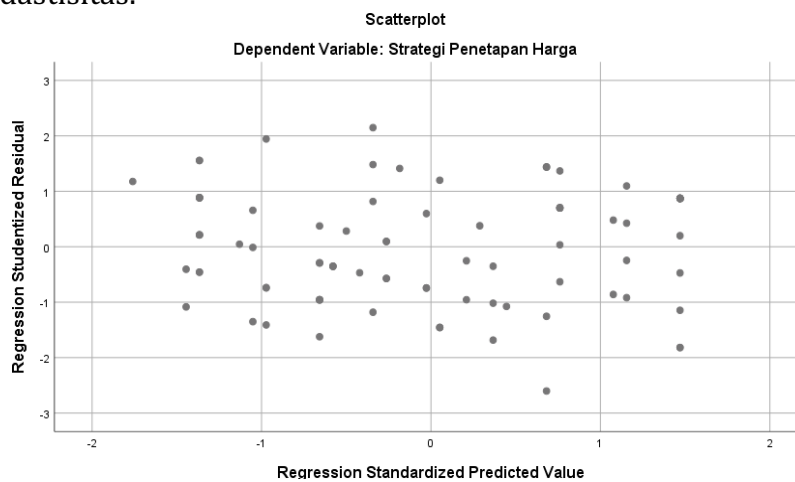
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada setiap nilai prediksi variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, atau dengan kata lain memiliki varians residual yang konstan (homoskedastis).

Menurut Ghozali (2018), salah satu metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah uji scatterplot, yaitu dengan melihat pola sebaran titik antara nilai *ZPRED* (nilai prediksi) dan *SRESID* (nilai residual).

Kriteria pengujian:

1. Jika titik-titik menyebar secara acak, baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu (seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.
2. Sebaliknya, jika terdapat pola tertentu pada sebaran titik, maka terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3. Scatterplot

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil scatterplot pada Gambar 3, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas. Dengan demikian, model layak digunakan untuk analisis regresi selanjutnya.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan salah satu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara dua atau lebih variabel independen (bebas) terhadap satu variabel dependen (terikat). Menurut Sugiyono (2017), regresi linier berganda bertujuan untuk memprediksi perubahan nilai variabel dependen apabila terjadi perubahan pada variabel independen.

Sementara itu, menurut Ghozali (2018), regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan.

Secara matematis, model regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Strategi Penetapan Harga

a = Konstanta

b1,b2 = Koefisien regresi

X1 = Harga Bahan Baku

X2 = Daya Beli Konsumen

E = Error

Analisis ini dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil perhitungan regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	3.599	22.088	1.723	.089
	Harga Bahan Baku	.421	.131	3.199	.002
	Daya Beli Konsumen	.336	.132	2.541	<.013
F hitung		21.261			.000
R Square		.336			

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

$$Y = 3,599 + 0,420X_1 + 0,336X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Strategi Penetapan Harga

X1 = Harga Bahan Baku

X2 = Daya Beli Konsumen

e = error

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Konstanta (α) = 3,599

Artinya, apabila variabel Harga Bahan Baku (X1) dan Daya Beli Konsumen (X2) dianggap konstan (bernilai 0), maka nilai Strategi Penetapan Harga (Y) adalah sebesar 3,599.

2. Koefisien regresi Harga Bahan Baku (X1) = 0,420

Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada Harga Bahan Baku akan meningkatkan Strategi Penetapan Harga sebesar 0,420 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap tetap. Koefisien ini bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga Bahan Baku berpengaruh positif terhadap Strategi Penetapan Harga.

3. Koefisien regresi Daya Beli Konsumen (X2) = 0,336

Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada Daya Beli Konsumen akan meningkatkan Strategi Penetapan Harga sebesar 0,336 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap tetap. Koefisien ini juga bernilai positif, sehingga dapat

disimpulkan bahwa Daya Beli Konsumen berpengaruh positif terhadap Strategi Penetapan Harga.

Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, uji t digunakan untuk menguji apakah variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu Harga Bahan Baku (X1) dan Daya Beli Konsumen (X2), secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu Strategi Penetapan Harga (Y). Menurut Gujarati (2003) dan Ghozali (2018), uji t pada dasarnya bertujuan untuk melihat apakah suatu variabel independen memiliki kontribusi nyata dalam menjelaskan variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$). Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai Sig. $> 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dalam pengujian hipotesis parsial (uji t), derajat bebas ditentukan dengan rumus $df = n - k$, di mana n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel (bebas maupun terikat). Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 87 pedagang di Pasar Puan Maimun Tanjung Balai Karimun, sedangkan variabel yang digunakan terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen sehingga $k = 3$. Dengan demikian, derajat bebas uji t adalah $df = 87 - 3 = 84$. Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, sehingga berdasarkan tabel distribusi t diperoleh nilai $t_{\text{tabel}} = 1,663$.

Tabel 6. Hasil Uji t Harga Bahan Baku (X1)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	6.012	1.918	3.134	.002
	Harga Bahan Baku	.623	.107	5.822	.000

a. Dependent Variable: Strategi Penetapan Harga

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel Harga Bahan Baku (X1) sebesar $0,000 < 0,05$. Selain itu, nilai t_{hitung} sebesar $5,822 > 1,663$ menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh signifikan terhadap Strategi Penetapan Harga (Y). Hal ini berarti setiap perubahan pada harga bahan baku akan memengaruhi strategi penetapan harga yang dilakukan oleh pedagang di Pasar Puan Maimun. Misalnya, ketika harga bahan baku naik, pedagang cenderung menyesuaikan harga jual agar keuntungan tetap terjaga.

Tabel 7. Hasil Uji t Daya Beli Konsumen (X2)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	6.431	1.991	3.230	.002
	Daya Beli Konsumen	.594	.110	5.397	.000

a. Dependent Variable: Strategi Penetapan Harga

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 7, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel Daya Beli Konsumen (X2) sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai t_{hitung} sebesar $5,397 > 1,663$ juga menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh signifikan terhadap Strategi Penetapan Harga (Y). Artinya, daya beli konsumen menjadi faktor penting bagi pedagang dalam menentukan harga jual.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa baik Harga Bahan Baku (X1) maupun Daya Beli Konsumen (X2) sama-sama berpengaruh signifikan terhadap Strategi Penetapan Harga (Y) secara parsial pada pedagang di Pasar Puan Maimun Tanjung Balai Karimun.

Uji f (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang diteliti secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2018), uji F pada dasarnya bertujuan untuk menguji kelayakan model regresi, yaitu apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai Sig. $> 0,05$, maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Selain itu, dapat pula digunakan perbandingan antara nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Derajat bebas dihitung dengan rumus $df1 = k - 1$ dan $df2 = n - k$, di mana k adalah jumlah variabel (independen + dependen) dan n adalah jumlah observasi. Dalam penelitian ini, jumlah variabel adalah 3 (2 independen + 1 dependen) sehingga $df1 = 2$, sedangkan jumlah responden sebanyak 87 sehingga $df2 = 84$. Dengan tingkat signifikansi 5% diperoleh nilai $F_{tabel} \approx 3,11$.

Tabel 8. Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA ^a			
Model		F	Sig.
1	Regression	21.261	.000 ^b
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: Strategi Penetapan Harga

b. Predictors: (Constant), Daya Beli Konsumen, Harga Bahan Baku

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 8 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 21,261 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel}

(21,261 > 3,11) dan nilai Sig. < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga Bahan Baku (X1) dan Daya Beli Konsumen (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Strategi Penetapan Harga (Y).

Hasil ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga di Pasar Puan Maimun Tanjung Balai Karimun tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor secara parsial, melainkan merupakan kombinasi dari pengaruh harga bahan baku dan daya beli konsumen secara bersama-sama. Dengan demikian, semakin tinggi fluktuasi harga bahan baku yang diimbangi dengan tingkat daya beli konsumen, maka akan semakin besar pula pengaruhnya terhadap kebijakan harga yang ditetapkan pedagang di pasar tersebut.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Menurut Ghazali (2018), nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1. Semakin mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, sedangkan semakin mendekati 0 menunjukkan kemampuan penjelasan model semakin lemah.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.580 ^a	.336	.320	1.51486
a. Predictors: (Constant), Daya Beli Konsumen, Harga Bahan Baku				
b. Dependent Variable: Strategi Penetapan Harga				

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 9 diperoleh nilai R Square sebesar 0,336 atau 33,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga Bahan Baku (X1) dan Daya Beli Konsumen (X2) secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi perubahan pada Strategi Penetapan Harga (Y) sebesar 33,6%. Sedangkan sisanya sebesar 66,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti tingkat persaingan antar pedagang, kebijakan retribusi pasar, biaya distribusi, maupun selera dan preferensi konsumen di Pasar Puan Maimun Tanjung Balai Karimun.

Pembahasan

Pengaruh Harga Bahan Baku terhadap Strategi Penetapan Harga

Hipotesis pertama (H1) penulis menyimpulkan bahwa variabel Harga Bahan Baku (X1) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,623 dan nilai thitung 5,822 lebih besar dari ttabel 1,663 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin tinggi harga bahan baku, maka akan berpengaruh terhadap strategi penetapan harga yang diterapkan pedagang di Pasar Puan Maimun Tanjung Balai Karimun. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis pertama (H1): "Harga Bahan Baku berpengaruh signifikan terhadap Strategi Penetapan Harga" diterima.

Pengaruh Daya Beli Konsumen terhadap Strategi Penetapan Harga

Hipotesis kedua (H2) penulis menyimpulkan bahwa variabel Daya Beli Konsumen (X2) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,594 dan nilai thitung

5,397 lebih besar dari ttabel 1,663 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi daya beli konsumen, maka semakin besar pengaruhnya terhadap strategi penetapan harga di Pasar Puan Maimun. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2): “Daya Beli Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Strategi Penetapan Harga” diterima.

Pengaruh Harga Bahan Baku dan Daya Beli Konsumen secara Simultan terhadap Strategi Penetapan Harga

Hipotesis ketiga (H3) penulis menyimpulkan bahwa hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai Fhitung sebesar 21,261 lebih besar dari Ftabel 3,11 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga Bahan Baku (X1) dan Daya Beli Konsumen (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Strategi Penetapan Harga (Y) di Pasar Puan Maimun Tanjung Balai Karimun. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3): “Harga Bahan Baku dan Daya Beli Konsumen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Strategi Penetapan Harga” diterima.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Harga Bahan Baku (X1) dan Daya Beli Konsumen (X2) terhadap Strategi Penetapan Harga (Y) di Pasar Puan Maimun Tanjung Balai Karimun, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga Bahan Baku (X1) berpengaruh signifikan terhadap Strategi Penetapan Harga (Y), dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} = 4,201 > t_{tabel} = 1,663$ dan $Sig. = 0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan harga bahan baku menjadi salah satu pertimbangan utama pelaku UMKM dalam menentukan harga jual produk.
2. Daya Beli Konsumen (X2) berpengaruh signifikan terhadap Strategi Penetapan Harga (Y), dengan $t_{hitung} = 5,397 > t_{tabel} = 1,663$ dan $Sig. = 0,000 < 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan konsumen dalam membeli produk turut menjadi pertimbangan pelaku UMKM dalam menetapkan harga agar tetap sesuai dengan kondisi pasar.
3. Secara simultan, Harga Bahan Baku dan Daya Beli Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Strategi Penetapan Harga, dibuktikan melalui $F_{hitung} = 21,261 > F_{tabel} = 3,11$ dan $Sig. = 0,000 < 0,05$.
4. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,336 (33,6%) menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 33,6% variasi Strategi Penetapan Harga, sedangkan 66,4% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM perlu mempertimbangkan perubahan harga bahan baku dan kondisi daya beli konsumen secara bersamaan dalam menyusun strategi penetapan harga agar mampu menjaga daya saing dan keberlanjutan usaha.

Saran Bagi Pelaku UMKM di Pasar Puan Maimun

1. Pedagang perlu menyesuaikan strategi harga dengan harga bahan baku agar tetap kompetitif.

2. Pedagang juga perlu mempertimbangkan daya beli konsumen agar harga tetap terjangkau, penjualan terjaga dan mempertahankan keberlanjutan usaha.

Bagi Pengelola Pasar dan Pemerintah Daerah

1. Menjaga stabilitas harga bahan baku melalui penguatan distribusi dan pengawasan pasar.
2. Mendukung peningkatan daya beli masyarakat melalui subsidi atau kebijakan harga kebutuhan pokok.
3. Pembinaan mengenai strategi penetapan harga yang efektif agar pelaku UMKM lebih adaptif terhadap perubahan kondisi pasar.

Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Menambahkan variabel lain, seperti biaya distribusi, tingkat persaingan, kualitas produk, strategi pemasaran, persepsi konsumen dan kebijakan pemerintah, atau preferensi konsumen karena penelitian ini hanya menjelaskan 33,6% variasi strategi penetapan harga.
2. Memperluas lokasi penelitian ke pasar tradisional lainnya atau jenis UMKM yang berbeda agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

5. Daftar Pustaka

- Annisakih. (2017). *Sejarah Pasar Puan Maimun*. Neliti.
- Bapanas. (2025). *Laporan harga pangan nasional Juli 2025*. Badan Pangan Nasional.
- Carter, W. K., & Usry, M. F. (2002). *Cost accounting* (13th ed.). South-Western College Publishing.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2018). *Managerial accounting* (16th ed.). McGraw-Hill Education.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, T., & Suryani, D. (2020). Pengaruh media sosial terhadap volume penjualan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2015). *Cost management: Accounting and control* (6th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Hasan, I. (2002). *Pokok-pokok materi statistik 2*. Bumi Aksara.
- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Operations management* (11th ed.). Pearson Education.
- Hilton, R. W., Maher, M. W., & Selto, F. H. (2008). *Cost management: Strategies for business decisions* (4th ed.). McGraw-Hill.
- Kepripedia. (2025). Laporan harga cabai di Tanjung Balai Karimun. *Kepripedia.com*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of economics* (8th ed.). Cengage Learning.
- Monroe, K. B. (2003). *Pricing: Making profitable decisions* (3rd ed.). McGraw- Hill/Irwin.
- Mulyadi. (2016). *Akuntansi biaya* (5th ed.). UPP STIM YKPN.
- Nagle, T. T., & Müller, G. (2018). *The strategy and tactics of pricing* (6th ed.). Routledge.
- Nazir, M. (2014). *Metode penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nopirin. (2012). *Ekonomi moneter* (2nd ed.). BPFE-Yogyakarta.
- Prasetyo, A. (2021). Analisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Radarsatu.com. (2025). Laporan harga cabai merah di Tanjung Balai Karimun.

Radarsatu.com.

- RCMNEWS. (2023). Data UMKM Kabupaten Karimun. *RCMNEWS.co.id*. Simon, H. (2015). *Confessions of the pricing man: How price affects everything*. Springer.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukirno, S. (2016). *Mikroekonomi teori pengantar* (3rd ed.). Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Wulandari, D. (2022). Daya beli konsumen dan pengaruhnya terhadap permintaan produk UMKM. *Jurnal Ekonomi Mikro Terapan*.
- Yusuf, A. (2023). Pengaruh harga pokok produksi dan daya beli terhadap harga jual produk UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*.