

**PENGARUH JUMLAH PESAING, VARIASI BOBOT BADAN DAN
VOLUME PENJUALAN TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG AYAM
BROILER DI PASAR INPRES SOE KABUPATEN TIMOR TENGAH
SELATAN**

Falensia Terejina Maak¹, Matheos F. Lalus², Ulrikus R. Lole³, Maria Y. Luruk⁴

Email: falensiamaak@gmail.com¹

Universitas Nusa Cendana Kupang

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana jumlah pedagang lain, perbedaan ukuran ayam, dan banyaknya ayam yang terjual memengaruhi pendapatan para penjual ayam potong di Pasar Inpres Soe, Kabupaten Timor Tengah Selatan. Pasar ini merupakan tempat utama jual beli ayam potong di daerah tersebut, dan persaingan antar penjual semakin ketat karena permintaan ayam yang tinggi. Variasi bobot badan dan volume penjualan juga diduga mempengaruhi pendapatan pedagang. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui metode survei dan dianalisis secara kuantitatif. Di dalam penelitian ini populasi meliputi seluruh pedagang ayam broiler di Pasar Inpres Soe yaitu 22 pedagang. Untuk mendapatkan data peneliti melakukan observasi langsung di pasar dan menyebarkan kuesioner kepada para pedagang. Kemudian, untuk memahami hubungan antar faktor yang kami teliti, peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda fungsi Cobb-Douglas. Penelitian menunjukkan bahwa jumlah pesaing tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang yang berarti inelastis (<1). Variasi bobot badan elastis terhadap pendapatan (>1), namun berpengaruh negatif terhadap pendapatan. Sementara itu, volume penjualan elastis sempurna (>1), dan berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pedagang. Semakin tinggi volume penjualan, semakin besar pendapatan yang diperoleh. Pedagang dapat memperhatikan strategi pemasaran agar dapat mendukung kebijakan pertumbuhan pendapatan pedagang ayam broiler dan memenuhi permintaan pasar.

Kata Kunci: Jumlah Pesaing, Variasi Bobot Badan, Volume Penjualan, Pendapatan, Pedagang.

Abstract: *Study This aiming Forknow How amount trader other, differences size chicken, and the amount chicken sold influence income of sellers chicken cut in the market Presidential Instruction Soe, South Central Timor Regency. Market This is place main sell buy chicken cut in area said , and competition between seller the more strict Because request high chicken . Variation in body weight and sales volume are also thought to affect traders' income. Data collected in this study were conducted using the method survey And analyzed in a way quantitative . In this study, the population includes all broiler chicken traders at the Soe Inpres Market, namely 22 traders. For get researcher data do observation directly in the market And spread questionnaire to traders . Then , for understand connection between factors we studied , researchers use analysis multiple linear regression function Cobb-Douglas . The study showed that the number of competitors did not affect the income of traders, which means inelastic (<1). Variation in body weight is elastic to income (>1), but has a negative effect on income. Meanwhile, sales volume is perfectly elastic (>1), and has a significant positive effect on trader income. The higher the sales volume, the greater the income obtained. Traders can pay attention to marketing strategies in order to support the income growth policy of broiler chicken traders and meet market demand.*

Keywords: *Number Of Competitors, Body Weight Variation, Sales Volume, Income, Traders.*

PENDAHULUAN

Subsektor peternakan, khususnya produksi ayam ras pedaging (broiler), memiliki potensi ekonomi signifikan, terutama melalui pengembangan sistem pengolahan dan distribusi yang terintegrasi dan efisien. Daging ayam broiler telah menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan protein harian, karena ketersediaan yang melimpah di pasaran dan harganya yang relatif lebih murah dibandingkan dengan hasil peternakan lainnya. Hal ini secara langsung mendorong pertumbuhan pesat dalam bisnis ayam pedaging, karena permintaan yang terus meningkat seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat yang menjadikan daging ayam sebagai sumber protein utama. Dengan demikian, usaha ayam pedaging berkembang pesat, didukung oleh popularitas daging ayam sebagai pilihan utama menu daging konsumen (Matulessy, 2011).

Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) memiliki prospek cerah untuk pengembangan industri peternakan ayam ras pedaging. Hal ini didukung oleh pertumbuhan bisnis peternakan ayam ras yang terus meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun di wilayah tersebut. Untuk memberikan gambaran, jumlah ayam ras pedaging di NTT mengalami peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2019, populasinya mencapai 7.300.378 ekor, dan pada tahun 2022 meningkat menjadi 9.962.683 ekor, dengan pertumbuhan rata-rata tahunan sebesar 36,47% per tahun (BPS, 2022; Mulyantini, 2019).

Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS) merupakan salah satu kabupaten di NTT yang juga memproduksi ayam broiler, dimana produksi ayam boiler tahun 2022 mencapai 106.120 ekor/tahun (BPS, 2023). Ayam boiler di TTS khususnya pada Kecamatan Kota Soe sering didistribusikan ke salah satu pasar tradisional yang sering dikenal Pasar Inpres Soe.

Tambunan (2017) mencatat bahwa pasar tradisional mendominasi konsumsi daging di Indonesia dengan 70%, sedangkan pasar modern hanya menyumbang 30%. Keberadaan pasar tradisional di Timor Tengah Selatan khususnya di Kota Soe yaitu Pasar Inpres Soe, memfasilitasi penjualan ayam broiler. Namun, konsumen yang semakin selektif dalam memilih daging broiler mendorong produsen untuk lebih berupaya memaksimalkan kepuasan pelanggan (Olisa, 2022).

Pasar Inpres Soe, yang terletak di Kota Soe, merupakan pasar tradisional terbesar di wilayah tersebut dan menjadi pusat kegiatan ekonomi masyarakat setempat. Sebagai pusat perdagangan, pasar ini memiliki peran penting dalam menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat, termasuk kebutuhan akan protein hewani. Ayam broiler sangat populer dan terjangkau, memiliki permintaan yang tinggi di Pasar Inpres Soe. Hal ini menjadikan pasar ini sebagai sentra perdagangan ayam broiler yang vital bagi pedagang maupun konsumen.

Peningkatan permintaan masyarakat terhadap daging ayam broiler mendorong peningkatan jumlah pedagang, yang pada gilirannya menciptakan persaingan ketat dan mengurangi peluang pedagang untuk memperoleh banyak pelanggan, jumlah pesaing dapat memengaruhi strategi harga dan penjualan, yang berdampak pada pendapatan pedagang (Sari dan Prasetyo, 2020). Jumlah pesaing yang banyak dapat memengaruhi pendapatan pedagang karena konsumen memiliki lebih banyak pilihan. Pedagang perlu memiliki strategi yang tepat untuk dapat bersaing dan mengamankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang intensif.

Variasi bobot badan ayam broiler juga menjadi faktor penting, karena konsumen seringkali memiliki preferensi tertentu yang dapat memengaruhi keputusan

pembelian (Hidayati dan Rahman, 2019). Ayam broiler yang dijual di Pasar Inpres Soe memiliki variasi bobot badan, mulai dari ukuran kecil (1,5 kg), sedang (2 Kg), hingga besar (2,5 Kg). Variasi bobot badan ini dapat memengaruhi harga jual ayam broiler. Ayam broiler dengan bobot yang lebih besar biasanya dijual dengan harga yang lebih tinggi. Namun, preferensi konsumen terhadap bobot ayam broiler juga beragam. Ada konsumen yang lebih memilih ayam broiler dengan bobot besar, namun ada juga yang lebih memilih ayam broiler dengan bobot sedang atau kecil karena berbagai alasan, seperti harga atau kebutuhan konsumsi.

Volume penjualan ayam broiler merupakan faktor penting yang secara langsung memengaruhi pendapatan pedagang. Pedagang yang mampu menjual ayam broiler dalam jumlah yang lebih besar tentu akan mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi. Volume penjualan yang tinggi dapat meningkatkan skala ekonomi dan efisiensi operasional, sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan pedagang (Wahyu dan Sari, 2021). Volume penjualan ayam broiler dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain harga jual, kualitas ayam broiler, dan kemampuan pedagang dalam memasarkan produknya. Pedagang perlu berupaya untuk meningkatkan volume penjualan agar dapat mencapai pendapatan yang optimal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh jumlah pesaing, variasi bobot badan, dan volume penjualan terhadap pendapatan pedagang ayam broiler di Pasar Inpres Soe.

METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Inpres Kota Soe Kabupaten Timor Tengah Selatan, Nusa Tenggara Timur. Waktu penelitian dilakukan selama satu tahun, dihitung sejak penulisan proposal hingga pertanggungjawaban penelitian dengan jangka waktu pengumpulan data selama satu bulan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian yang digunakan adalah data kuantitatif yang merupakan data yang dinyatakan dengan angka, seperti jumlah pesaing, variasi bobot badan, dan volume penjualan, selanjutnya data kualitatif ialah data yang dalam bentuk kata, kalimat dan tanggapan. Data tersebut meliputi pernyataan-pernyataan mengenai jenis kelamin pedagang, dan tingkat pendidikan. Dalam penelitian ini, data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merujuk pada informasi yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, seperti hasil wawancara atau pengisian kuesioner yang berfungsi sebagai panduan untuk menjawab pertanyaan atau mencapai tujuan penelitian. Sementara itu, data sekunder merupakan informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh orang atau entitas lain. Data sekunder diperoleh dari BPS, dinas peternakan, website, perpustakaan dan lain sebagainya (Santosa dkk., 2022).

Metode Penentuan Contoh

Penelitian ini menentukan contoh dengan cara berikut: populasi dari penelitian ini meliputi seluruh pedagang ayam broiler di Pasar Inpres Soe yang berada di kota Soe, Kabupaten Timor Tengah Selatan. Populasi dari pedagang ayam broiler yang berjualan di Pasar Inpres Soe yaitu sebanyak 22 Pedagang (Data Primer, 2024). Sampel ditentukan menggunakan metode sensus yang berarti peneliti mengambil keseluruhan populasi menjadi sampel penelitian. Tahap pertama dalam penelitian ini adalah pra survei difokuskan pada pengumpulan daftar pedagang secara langsung. Tahap kedua ini fokus pada penentuan pedagang yang lebih spesifik, yaitu: a) Hanya

pedagang yang aktif menjual ayam broiler secara rutin dan b) Konsisten menjual produk ayam broiler dalam jangka waktu minimal 2 tahun terakhir.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengandalkan dua sumber utama: data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung dari lapangan melalui pengamatan terhadap perilaku pembeli dan wawancara langsung dengan responden menggunakan serangkaian pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan ini mencakup aspek-aspek penting yang relevan dengan penelitian. Di sisi lain, data sekunder merupakan informasi yang telah ada sebelumnya dan diperoleh dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, dan lembaga-lembaga yang berhubungan dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Analisis yang dipakai dalam menganalisis penelitian ini adalah analisis regresi berganda untuk mengolah data. Seluruh variabel penelitian diubah ke dalam bentuk logaritma sebelum dianalisis. Model yang diterapkan adalah fungsi produksi Cobb-Douglas, dengan bentuk umum sebagai berikut:

$$Y = aX_1^{b_1} \cdot X_2^{b_2} \cdot X_3^{b_3} \cdot e$$

Fungsi Cobb-Douglas di atas kemudian dijabarkan ke bentuk linier logaritma sebagai berikut:

$$\log Y = \log a + b_1 \log x_1 + b_2 \log x_2 + b_3 \log x_3 + e$$

di mana:

$\log Y$ = pendapatan

$\log X_1$ = jumlah pesaing

$\log X_2$ = variasi bobot badan

$\log X_3$ = volume penjualan

$\log a$ = koefisien konstanta

b = koefisien regresi variabel jumlah pesaing, variasi bobot badan, dan volume penjualan (elastisitas produksi parsial)

e = error

Uji Hipotesis

Penelitian ini memakai dua jenis uji statistik untuk menguji dugaan-dugaan dalam penelitian ini. Pertama, uji t dipakai untuk melihat variabel jumlah pesaing, variasi bobot badan dan volume penjualan punya pengaruh tersendiri terhadap variabel pendapatan. Menurut Ghozali (2018), kalau hasil uji t menunjukkan angka signifikansi > tingkat kesalahan 0,05 atau nilai t hitung < dari t tabel, berarti variabel bebas itu tidak terlalu berpengaruh pada variabel terikat. Sebaliknya, kalau angka signifikansinya < $\alpha=0,05$ atau t hitung > dari nilai t tabel, maka variabel bebas terbukti punya pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Kedua, untuk melihat apakah semua variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat, kami menggunakan uji F. Ghozali (2018) juga menjelaskan bahwa jika hasil uji F menunjukkan angka signifikansi di atas tingkat kesalahan 0,05 atau nilai F hitung di bawah nilai F tabel, berarti semua variabel bebas itu secara bersamaan tidak punya pengaruh yang berarti terhadap variabel terikat. Tapi, kalau angka signifikansinya di bawah 0,05 dan nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka semua variabel bebas terbukti punya pengaruh yang signifikan secara bersamaan terhadap variabel terikat. Semua perhitungan uji hipotesis ini dilaksanakan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS (Statistical Program Social Science).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam analisis regresi, koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengevaluasi kemampuan model dalam menerangkan perubahan pada variabel yang dipengaruhi. Sebagaimana dijelaskan oleh Ghazali (2018), nilai R^2 yang kecil menandakan variabel jumlah pesaing, variasi bobot badan dan volume penjualan tidak optimal dalam memprediksi perubahan variabel Pendapatan (Y). Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati angka 1 menandakan bahwa variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel terikat (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Jumlah Pesaing, Variasi Bobot Badan dan Volume Penjualan terhadap Pendapatan Pedagang Ayam Broiler di Pasar Inpres Soe

Hasil analisis regresi linear berganda diketahui pengaruh jumlah pesaing, variasi bobot badan dan volume penjualan terhadap pendapatan pedagang ayam broiler di Pasar Inpres Soe dapat dilihat pada Tabel 1.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30,499	10,076		3,027	,007
	Jumlah pesaing	-,110	,086	-,112	-1,277	,218
	Variasi bobot badan	-1,869	,854	-1,145	-2,190	,042
	Volume penjualan	2,757	,703	2,040	3,922	,001

a. Dependent variable: pendapatan

Hasil analisis regresi fungsi Cobb-Douglas menunjukkan bahwa jumlah pesaing (X_1), variasi bobot badan (X_2), dan volume penjualan (X_3) memiliki pengaruh terhadap pendapatan pedagang (Y), dapat diperlihatkan dalam model persamaan dibawah ini:

$$\ln Y = 30,499 - 0,110 \ln X_1 - 1,869 \ln X_2 + 2,757 \ln X_3$$

1. Jumlah pesaing (X_1)

Hasil analisis regresi dengan model Cobb-Douglas menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% jumlah pesaing (X_1) menyebabkan penurunan pendapatan pedagang (Y) sebanyak 0,110%, dengan asumsi variabel-variabel lain tetap (ceteris paribus). Koefisien regresi ini, yaitu -0,110, juga mencerminkan elastisitas jumlah pesaing. Nilai elastisitas ini (<1) menunjukkan bahwa jumlah pesaing bersifat inelastis, artinya perubahan jumlah pesaing tidak terlalu mempengaruhi pendapatan pedagang. Tanda negatif menunjukkan adanya hubungan terbalik, di mana semakin banyak pesaing, semakin rendah pendapatan.

2. Variasi bobot badan (X_2)

Hasil analisis regresi fungsi Cobb-Douglas menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variasi bobot badan (X_2) adalah -1,869, hal ini berarti jika variasi bobot badan meningkat 1%, maka pendapatan pedagang (Y) akan menurun sebesar 1,869% dengan asumsi variabel-variabel lain tetap (ceteris paribus). Berdasarkan analisis penelitian di atas, besar kecilnya koefisien regresi pada variabel X_2 dapat digunakan untuk menentukan elastisitas variabel X_2 . Variasi bobot badan memiliki elastisitas sebesar -1,896, hal tersebut menunjukkan variasi bobot badan bersifat elastis (>1), dimana ketika variasi bobot badan

mengalami penurunan sebesar 1%, pendapatan pedagang ayam broiler akan mengalami penurunan sekitar 1,896%.

3. Volume penjualan (X3)

Analisis regresi menggunakan model Cobb-Douglas menghasilkan koefisien regresi 2,757 untuk volume penjualan (X3). Ini mengindikasikan bahwa, dengan asumsi faktor lain konstan, setiap peningkatan 1% dalam volume penjualan akan meningkatkan pendapatan pedagang (Y) sebesar 2,757%. Nilai ini juga menunjukkan elastisitas volume penjualan, yang bernilai 2,757 dan bersifat elastis, di mana kenaikan 1% pada volume penjualan akan meningkatkan pendapatan pedagang ayam broiler sekitar 2,757%.

Uji Parsial (uji t)

Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk menguji dampak variabel jumlah pesaing (X1) terhadap pendapatan pedagang (Y), variabel variasi bobot badan (X2) terhadap pendapatan pedagang (Y) dan volume penjualan (X3) terhadap pendapatan pedagang (Y) secara individu (parsial) pada α 0,05.

Tabel 2. Hasil Uji t

Model	t hitung	t table	Sig.
1 (Constant)	3,027	2,100	,007
Jumlah pesaing	-1,277	2,100	,218
Variasi bobot badan	-2,190	2,100	,042
Volume penjualan	3,922	2,100	,001

a. Dependent variable: pendapatan

1) Pengujian Hipotesis Pertama

Berdasarkan uji parsial, input jumlah pesaing memiliki nilai $t_{hitung} -1,277 < t_{tabel} 2,100$ dan nilai signifikansi sebesar $0,218 > 0,05$, maka hasil pengujian hipotesis yang diajukan terbukti bahwa H1 ditolak yang berarti pengaruh jumlah pesaing (X1) terhadap pendapatan pedagang (X1) tidak signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 5%. Peningkatan jumlah pesaing seharusnya menurunkan pendapatan karena adanya persaingan yang lebih ketat. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah pesaing tidak menurunkan pendapatan pedagang secara signifikan. Artinya, secara statistik, peningkatan jumlah pesaing tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap pendapatan pedagang. Hal ini karena pedagang ayam broiler di Pasar Inpres Soe telah memiliki segmen pasar atau pelanggan tetapnya masing-masing, sehingga, meskipun jumlah pesaing bertambah, mereka tetap memiliki pangsa pasar yang relatif stabil. Pedagang juga telah menerapkan berbagai strategi adaptasi untuk menghadapi persaingan, seperti diferensiasi produk (misalnya, menawarkan ayam dengan kualitas atau ukuran yang berbeda), inovasi (misalnya, memberikan layanan tambahan seperti pemotongan ayam), atau strategi pemasaran yang efektif (misalnya, promosi atau diskon). Hal ini sesuai dengan teori competitive advantage yang menyatakan bahwa perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif untuk dapat bertahan dan bersaing di pasar. Penelitian Siahaan dan Bila (2024) menemukan bahwa meskipun jumlah pesaing meningkat, tidak semua pedagang mengalami penurunan pendapatan. Beberapa pedagang berhasil mempertahankan pendapatan mereka melalui strategi pemasaran yang efektif.

2) Pengujian Hipotesis Kedua

Berdasarkan hasil uji parsial, nilai t_{hitung} untuk variasi bobot badan adalah $-2,190 > t_{tabel} -2,100$ dan tingkat signifikansi $0,042 < 0,05$, maka hasil pengujian hipotesis yang diajukan terbukti bahwa H2 diterima yang berarti variasi bobot badan (X2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan variasi bobot badan tidak hanya tidak

menguntungkan, tetapi juga dapat merugikan pendapatan pedagang. Hal ini dapat diinterpretasikan dalam konteks perilaku konsumen dan dinamika pasar. Variasi bobot badan dapat berpengaruh negatif adalah karena preferensi konsumen yang cenderung lebih memilih ukuran tertentu. Konsumen sering kali memiliki kebutuhan spesifik berdasarkan ukuran ayam yang mereka inginkan, baik untuk konsumsi pribadi maupun untuk acara tertentu. Pedagang yang menawarkan variasi bobot yang terlalu luas, tidak dapat memenuhi permintaan spesifik ini, yang pada gilirannya dapat mengakibatkan penurunan penjualan. Hasil ini sesuai dengan Kotler dan Keller (2016) dalam buku Marketing Manegement, dalam buku ini, Kotler dan Keller menjelaskan pentingnya memahami segmen pasar dan preferensi konsumen. Mereka menekankan bahwa produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat mengakibatkan penurunan penjualan. Dalam konteks ini, variasi bobot badan ayam broiler yang tidak sesuai dengan preferensi konsumen dapat menyebabkan penurunan pendapatan pedagang.

3) Pengujian Hipotesis Ketiga

Berdasarkan hasil uji parsial, variabel volume penjualan memiliki nilai thitung yang $>$ nilai ttabel ($3,922 > 2,100$), serta nilai signifikansi sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa volume penjualan (X3) berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang ayam broiler di Pasar Inpres Soe terbukti diterima. Angka-angka ini memberikan indikasi statistik yang sangat kuat bahwa kenaikan volume penjualan akan berdampak signifikan pada peningkatan pendapatan pedagang ayam broiler di pasar tersebut. Ini mengimplikasikan bahwa semakin banyak ayam broiler yang berhasil dijual, semakin besar pula potensi pendapatan yang diperoleh pedagang. Situasi ini didukung oleh tingginya permintaan akan ayam broiler, mengingat posisinya sebagai kebutuhan pokok masyarakat. Permintaan yang cenderung stabil dan berpotensi meningkat seiring pertumbuhan penduduk dan peningkatan pendapatan membuat ayam broiler menjadi pilihan konsumen yang populer, terlebih karena harganya yang relatif terjangkau dibandingkan sumber protein hewani lainnya dan ketersediaannya yang mudah di berbagai jenis pasar. Temuan ini sejalan dengan penelitian Setiawan (2023) di Pasar Way Jepara yang juga menemukan bahwa volume penjualan pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan.

Uji Simultan (F)

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui pengaruh positif dari variabel jumlah pesaing, variasi bobot badan dan volume penjualan secara serentak terhadap variabel pendapatan pedagang. Dengan hipotesis yang digunakan adalah jumlah pesaing, variasi bobot badan dan volume penjualan secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel pendapatan pedagang ayam broiler di Pasar Inpres Soe. Kriteria penerimaan hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi, dimana bila nilai signifikansi kurang dari α sebesar 5% (0,05) maka H1 diterima. Berikut ini adalah hasil uji serentak dengan menggunakan SPSS:

Tabel 3. Analisis varians (Anova)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,134	3	,378	40,651	,000(a)
	Residual	,167	18	,009		
	Total	1,301	21			

a. Dependent variable: pendapatan

b. Predictors: (constant), volume penjualan, jumlah pesaing, variasi bobot badan

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan pengujian serentak (uji F), didapatkan Fhitung sebesar 40,651, > nilai Ftabel sebesar 3,16. Selain itu, tingkat signifikansi uji F tercatat sebesar 0,000, yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Temuan analisis ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama, jumlah pesaing, variasi bobot badan, dan volume penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang ayam broiler di Pasar Inpres Soe. Hasil ini memberikan indikasi yang kuat bahwa ketiga variabel bebas yang diteliti secara kolektif memberikan dampak yang berarti terhadap pendapatan para pedagang ayam broiler di pasar tersebut. Dengan kata lain, perubahan pada salah satu atau kombinasi dari ketiga faktor ini akan memengaruhi tingkat pendapatan pedagang. Kendati demikian, meskipun uji F mengindikasikan adanya pengaruh simultan yang signifikan, perlu diperhatikan bahwa arah pengaruh (apakah positif atau negatif) dari masing-masing variabel secara individual perlu dianalisis lebih lanjut melalui hasil uji parsial.

Koefisien Determinasi (R²)

Dalam penelitian ini, nilai Adjusted R² merupakan nilai yang dipakai, hal ini dikarenakan adanya beberapa variabel independen. Hasil pengujian koefisien determinasi dari variabel-variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. R Square				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,933(a)	,871	,850	,933(a)

a. Predictors: (constant), volume penjualan, jumlah pesaing, variasi bobot badan

b. Dependent variable: pendapatan

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4, nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,850 menunjukkan bahwa 85,0% variasi pendapatan pedagang ayam broiler dapat dijelaskan oleh jumlah pesaing, variasi bobot badan, dan volume penjualan secara bersamaan. Sisanya, 15%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian atau kesalahan pengganggu (disturbance's error).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa jumlah pesaing tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan pedagang ayam broiler di Pasar Inpres Soe. Namun, terdapat hubungan negatif antara variasi bobot badan dan pendapatan, serta ada hubungan positif antara volume penjualan terhadap pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2022. NTT Dalam Angka Tahun 2006–2019. Badan Pusat Statistik Nusa Tenggara Timur, Kupang.
- BPS. 2023. NTT Dalam Angka Tahun 2006–2019. Badan Pusat Statistik Nusa Tenggara Timur, Kupang.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hidayati, N., dan M. Rahman. 2019. Analisis preferensi konsumen terhadap bobot badan ayam broiler di pasar modern. *Jurnal Ekonomi Pertanian*, 10(1): 45-55.
- Kotler, P. dan K.L Keller. 2016. Manajemen Pemasaran. Penerjemah Bob Sabran, Edisi ketiga belas. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Matulessy, D.N. 2011. Analisis mikrobiologis karkas ayam broiler bekuyang beredar di Pasar Tradisional Halmahera Utara. *Jurnal Agroforestri*. 6(1): 66–72.
- Mulyantini, N.G.A. 2019. Bisnis perdagangan ayam di NTT. [Online] Available

- at:<http://troboslivestock.com/detailberita/2019/01/01/73/11111/ngamulyantini-ss-bisnis-pedagangan-ayam-dintt-->.
- Olisa, V.O.N.I. 2022. Analisis keputusan konsumen dalam pembelian ayam broiler di Pasar Syariah Ulul Albab Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Skripsi. Universitas Islam Riau, Pekanbaru
- Santosa, C., A. Amiruddin., dan S. Rasyid. 2022. Pengaruh asimetri informasi, financial distress, dan komite audit terhadap manajemen laba. *Akrual: Jurnal Bisnis dan Akuntansi Kontemporer*, 15(1):12-22.
- Sari, R., dan A. Prasetyo. 2020. Pengaruh jumlah pesaing terhadap strategi harga dan pendapatan pedagang di pasar tradisional. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2): 123-135.
- Setiawan, M.A., 2023. Pengaruh jumlah pesaing, biaya transportasi, dan volume penjualan terhadap pendapatan pedagang ayam di Pasar Way Jepara. Skripsi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Siahaan, M.M., dan R. Bila. 2024. Analisis pengaruh e-commerce terhadap keberlanjutan Pasar Tradisional di Kota Tengerang. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1): 42-48
- Tambunan, B., dan Mayarni, M. 2017. Tata kelola Pasar Tradisional Di Kota Pekanbaru. Thesis. Riau University.
- Wahyu, A., dan D. Sari. 2021. Volume penjualan dan pendapatan pedagang ayam broiler: Studi kasus di pasar lokal. *Jurnal Agribisnis*, 15(3): 200-210.