Journal Education and Government Wiyata ISSN 2986-5131
Volume 4 Nomor 3, Agustus 2026 (971-981)
https://journal.wiyatapublisher.or.id/index.php/e-gov

KOMPARASI PENDAPATAN PEDAGANG SAYUR DI KOTA KUPANG (Studi Kasus Di Pasar Kasih Naikoten 1 Dan Pasar Oesapa)

Sisilia Belva Lenga[1], Johanna Suek[2], Paulus Un[3]
Mahasiswa Minat Manajemen Agribisnis, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Cendana, Indonesia[1,2,3]
Email: sisilialenga11@gmail.com[1]

ABSTRACT

This research was conducted at two market locations, namely Pasar Kasih Naikoten 1 and Pasar Oesapa, in February 2026. This study aims to analyze and compare the income of vegetable traders in both markets. A survey method with a quantitative approach was used, involving 54 respondents selected through simple random sampling. Primary data were collected through questionnaire-based interviews, while secondary data were obtained from relevant institutions. Data were analyzed using income analysis and an Independent Sample T-Test. The results showed that the average monthly income of vegetable traders in Pasar Kasih Naikoten 1 was IDR 2,484,179, which is IDR 195,641 higher than in Pasar Oesapa at IDR 2,288,538. This difference is presumed to be influenced by the more strategic location, higher number of buyers and market activity, greater variety of vegetables, and faster turnover of goods in Pasar Kasih Naikoten 1. The t-test results showed a t-value of 2.102 with a significance value of 0.040 ($p < 0.05$), indicating a significant difference in income between traders in the two markets. This study concludes that market conditions and business characteristics significantly affect the income of vegetable traders.

Keywords: *Income, Vegetable Traders, Traditional Market, Income Comparison, Pasar Kasih Naikoten 1, Pasar Oesapa*

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan di dua lokasi pasar yaitu Pasar Kasih Naikoten 1 dan Pasar Oesapa pada bulan Februari 2026. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan pendapatan pedagang sayur di kedua pasar tersebut. Metode yang digunakan adalah survei dengan pendekatan kuantitatif, melibatkan 54 responden yang dipilih melalui simple random sampling. Data primer diperoleh melalui wawancara berbasis kuesioner, sedangkan data sekunder bersumber dari instansi terkait. Analisis data menggunakan analisis pendapatan dan uji Independent Sample T-Test. Hasil penelitian menunjukkan rata-rata pendapatan pedagang sayur di Pasar Kasih Naikoten 1 sebesar Rp2.484.179/bulan, lebih tinggi Rp195.641 dibandingkan Pasar Oesapa yang sebesar Rp2.288.538/bulan. Perbedaan ini diduga dipengaruhi oleh lokasi pasar yang lebih strategis, tingkat keramaian dan jumlah pembeli yang lebih tinggi, variasi sayuran yang lebih beragam, serta perputaran barang yang lebih cepat di

Pasar Kasih Naikoten 1. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung 2,102 dengan signifikansi 0,040 (p < 0,05), yang berarti terdapat perbedaan pendapatan yang signifikan antara kedua pasar. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kondisi dan karakteristik pasar berpengaruh nyata terhadap pendapatan pedagang sayur.

Kata Kunci: *Pendapatan, Pedagang Sayur, Pasar Tradisional, Komparasi Pendapatan, Pasar Kasih Naikoten 1, Pasar Oesapa*

PENDAHULUAN

Sektor informal masih menjadi salah satu penopang utama perekonomian Indonesia, terutama dalam menyediakan lapangan kerja dan sumber pendapatan bagi masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024), lebih dari 59% angkatan kerja di Indonesia bekerja pada sektor informal, termasuk pedagang kecil, pekerja lepas, dan pelaku usaha mikro. Salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang banyak dijalankan dalam sektor informal adalah perdagangan sayuran di pasar tradisional. Selain menjadi sumber mata pencaharian bagi pedagang, perdagangan sayuran juga berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat melalui penyediaan komoditas hortikultura segar setiap hari.

Dalam perspektif agribisnis, perdagangan sayuran merupakan bagian dari subsistem pemasaran yang menghubungkan hasil produksi pertanian dengan konsumen akhir. Subsistem pemasaran memiliki peranan penting dalam menciptakan nilai tambah melalui kegiatan distribusi, pertukaran, penyimpanan, dan penyampaian informasi pasar. Menurut Mardia et al. (2021), keberhasilan sistem agribisnis ditentukan oleh keterpaduan setiap subsistem sehingga setiap tahapan, mulai dari penyediaan input hingga pemasaran hasil pertanian, harus berjalan secara efektif dan efisien. Hal ini didukung oleh Reardon et al. (2021) yang menyatakan bahwa subsistem pemasaran memiliki peran strategis dalam rantai nilai pangan karena menjadi penghubung antara produsen dan konsumen, menciptakan nilai tambah, serta mendukung kelancaran distribusi produk pertanian.

Pasar tradisional hingga saat ini masih menjadi sarana utama pemasaran komoditas hortikultura di berbagai daerah, termasuk di Kota Kupang. Meskipun perkembangan pasar modern terus meningkat, masyarakat masih memilih pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan pangan segar karena menawarkan harga yang relatif terjangkau, variasi produk yang beragam, serta kemudahan dalam melakukan transaksi. Kondisi tersebut menjadikan pasar tradisional tetap memiliki peran strategis dalam mendukung distribusi hasil pertanian sekaligus menjadi tempat berlangsungnya aktivitas ekonomi masyarakat.

Di Kota Kupang terdapat beberapa pasar tradisional yang menjadi pusat perdagangan sayuran, di

antaranya Pasar Kasih Naikoten 1 dan Pasar Oesapa. Kedua pasar tersebut memiliki karakteristik yang berbeda. Pasar Kasih Naikoten 1 berada di pusat kota sehingga memiliki aksesibilitas yang tinggi, jumlah pengunjung yang relatif banyak, serta aktivitas perdagangan yang lebih padat. Sebaliknya, Pasar Oesapa melayani masyarakat di kawasan timur Kota Kupang dengan skala perdagangan yang lebih kecil dan mayoritas konsumennya berasal dari wilayah sekitar pasar. Perbedaan karakteristik tersebut berpotensi memengaruhi jumlah konsumen, volume penjualan, tingkat persaingan, serta pendapatan yang diterima pedagang sayur.

Pendapatan merupakan salah satu indikator yang menggambarkan keberhasilan suatu usaha perdagangan. Besarnya pendapatan pedagang sayur dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti lokasi usaha, jumlah pembeli, variasi komoditas yang dijual, volume penjualan, biaya operasional, serta kondisi pasar. Pasar dengan tingkat keramaian yang tinggi cenderung memberikan peluang penjualan yang lebih besar dibandingkan pasar yang memiliki jumlah konsumen lebih sedikit. Oleh karena itu, karakteristik masing-masing pasar menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menganalisis tingkat pendapatan pedagang sayur.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa karakteristik pasar berpengaruh terhadap pendapatan pedagang. Aziz (2024) menemukan bahwa lokasi pasar, jumlah konsumen, dan tingkat persaingan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang sayur di Kabupaten Semarang. Sementara itu, Ermawati (2019) menunjukkan bahwa perbedaan kondisi pasar dan jumlah barang dagangan memberikan pengaruh terhadap besarnya pendapatan pedagang di Kota Tarakan. Meskipun demikian, penelitian yang membandingkan pendapatan pedagang sayur pada pasar tradisional dengan karakteristik berbeda di Kota Kupang masih sangat terbatas, khususnya yang dikaji dalam perspektif sistem agribisnis.

Berdasarkan kondisi tersebut, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pendapatan pedagang sayur pada pasar yang memiliki karakteristik berbeda. Penelitian ini bertujuan menganalisis dan membandingkan pendapatan pedagang sayur di Pasar Kasih Naikoten 1 dan Pasar Oesapa, Kota Kupang. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh karakteristik pasar terhadap pendapatan pedagang serta menjadi masukan bagi pemerintah daerah dan pengelola pasar dalam upaya meningkatkan efektivitas sistem pemasaran agribisnis dan kesejahteraan pedagang sayur di pasar tradisional.

METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Kasih Naikoten 1 dan Pasar Oesapa, Kota Kupang, yang dipilih secara sengaja (purposive sampling)

dengan pertimbangan bahwa kedua pasar merupakan pusat utama perdagangan sayur di Kota Kupang, memiliki jumlah pedagang yang besar, serta menunjukkan aktivitas jual beli yang tinggi. Perbedaan karakteristik lingkungan dan kondisi kedua pasar memungkinkan dilakukannya analisis perbandingan pendapatan pedagang secara lebih jelas. Penelitian dilaksanakan selama satu bulan, yaitu pada Februari-Maret 2026.

Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian komparatif, yaitu metode yang membandingkan suatu variabel pada dua atau lebih sampel untuk melihat perbedaan hasil yang diperoleh (Sugiyono, 2017). Data terdiri atas data primer yang diperoleh langsung dari pedagang sayur melalui kuesioner, observasi lapangan, dan wawancara terstruktur, serta data sekunder yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Kupang, data pengelola pasar, serta literatur terkait.

Populasi penelitian adalah seluruh pedagang sayur di Pasar Kasih Naikoten 1 (142 pedagang) dan Pasar Oesapa (129 pedagang), sehingga total populasi berjumlah 271 pedagang. Mengacu pada Arikunto (2016) yang menyatakan bahwa untuk populasi lebih dari 100 orang dapat diambil sampel sebesar 10-15% atau 20-25%, penelitian ini menetapkan proporsi sampel sebesar 20% dari populasi di masing-masing pasar. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik simple random sampling, di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih. Berdasarkan proporsi tersebut, diperoleh sampel sebanyak 28 pedagang dari Pasar Kasih Naikoten 1 dan 26 pedagang dari Pasar Oesapa, sehingga total sampel penelitian berjumlah 54 pedagang sayur.

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis pendapatan dan uji-t *(Independent Sample T-Test).*

a. Penerimaan

Penerimaan adalah total uang yang diperoleh pedagang dari hasil penjualan sayur selama periode tertentu, yang dihitung dari jumlah barang terjual dikalikan dengan harga jual masing-masing komoditas. Rumus penerimaan sebagai berikut:

$$\mathbf{TR = P \times Q}$$

Keterangan:
TR = *Total Revenue* (total penerimaan)
P = *Price* (harga jual per unit)
Q = *Quantity* (jumlah produk terjual)

b. Biaya

Biaya merupakan seluruh pengeluaran yang dikeluarkan pedagang dalam menjalankan usahanya, seperti biaya pembelian barang, transportasi, sewa tempat, dan biaya operasional lainnya. Biaya terdiri atas biaya tetap dan biaya variabel, dengan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{TC = TFC + TVC}$$

Keterangan:
TC = *Total Cost* (total biaya);

TFC = *Total Fixed Cost* (biaya tetap);
TVC = *Total Variable Cost* (biaya variabel)

c. Pendapatan

Pendapatan merupakan keuntungan bersih yang diterima pedagang, yang diperoleh dari selisih antara total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan. Rumus pendapatan sebagai berikut:

PB = TR - TC

Keterangan:
PB = Pendapatan Bersih;
TR = Total Penerimaan;
TC = Total Biaya

d. Uji Independent Sample T-Test

Untuk mengetahui perbedaan pendapatan antara pedagang sayur di Pasar Kasih Naikoten 1 dan Pasar Oesapa, digunakan uji *Independent Sample T-Test*. Uji ini merupakan salah satu jenis uji statistik parametrik yang digunakan untuk membandingkan rata-rata dari dua kelompok sampel yang tidak saling berhubungan atau berasal dari subjek yang berbeda. Sebelum dilakukan uji ini, data terlebih dahulu diuji normalitas dan homogenitasnya, karena uji t mensyaratkan data berdistribusi normal dan memiliki varians yang homogen antar kelompok.

Prinsip pengujian ini adalah membandingkan selisih rata-rata pendapatan kedua kelompok dengan mempertimbangkan variasi (keragaman) data pada masing-masing kelompok dan jumlah sampel yang digunakan. Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05, maka disimpulkan terdapat perbedaan rata-rata pendapatan yang signifikan antara pedagang sayur di Pasar Kasih Naikoten 1 dan Pasar Oesapa. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pendapatan pedagang di kedua pasar tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Kupang merupakan Ibu Kota Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) dengan luas wilayah 152,59 km² dan jumlah penduduk sebanyak 405.949 jiwa. Penelitian ini dilaksanakan di dua pasar tradisional utama yang menjadi pusat aktivitas perdagangan sayur di Kota Kupang, yaitu Pasar Kasih Naikoten 1 yang terletak di Kecamatan Kota Raja dan Pasar Oesapa yang terletak di Kecamatan Kelapa Lima. Kedua pasar memiliki karakteristik lokasi yang berbeda, baik dari segi luas wilayah, kepadatan penduduk, maupun aksesibilitas, sehingga relevan untuk dibandingkan dalam konteks aktivitas perdagangan sayur.

Pasar Kasih Naikoten 1 memiliki luas lahan sebesar 6.685 m² dan berada di Kelurahan Naikoten 1 dengan kepadatan penduduk Kecamatan Kota Raja mencapai 8.208,20 jiwa/km². Lokasi pasar yang berada di pusat aktivitas ekonomi kota menjadikannya mudah diakses dan ramai dikunjungi pembeli setiap hari. Sebaliknya, Pasar

Oesapa memiliki luas lahan sebesar 4.124 m² dan berada di Kelurahan Oesapa, Kecamatan Kelapa Lima, dengan kepadatan penduduk sebesar 4.763,25 jiwa/km². Lokasinya yang berada di kawasan pesisir menjadikan aktivitas perdagangan ikan dan hasil laut lebih dominan dibandingkan sayuran.

Perbedaan karakteristik lokasi tersebut berimplikasi pada pola aktivitas perdagangan sayur di kedua pasar. Pasar Kasih Naikoten 1 menunjukkan aktivitas yang lebih intensif sepanjang pagi hingga siang hari, sementara Pasar Oesapa menunjukkan puncak aktivitas pada sore hingga malam hari, yang dipengaruhi oleh dominasi perdagangan hasil laut di wilayah pesisir tersebut.

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 54 responden pedagang sayur yang terdiri dari 28 pedagang di Pasar Kasih Naikoten 1 dan 26 pedagang di Pasar Oesapa, yang dipilih melalui teknik simple random sampling sebesar 20% dari populasi pedagang sayur di masing-masing pasar. Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, kelompok umur, tingkat pendidikan, dan pengalaman berdagang.

Karakteristik responden yang pertama diamati adalah jenis kelamin, yang menggambarkan keterlibatan gender dalam aktivitas perdagangan sayur.

Tabel 1. Sebaran Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Kasih (Orang)	%	Oesapa (Orang)	%
1	Laki-laki	8	28,57	7	26,92
2	Perempuan	20	71,43	19	73,08
	Jumlah	28	100	26	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 1, pedagang perempuan mendominasi di kedua pasar, yaitu 71,43% di Pasar Kasih Naikoten 1 dan 73,08% di Pasar Oesapa. Dominasi ini umum ditemukan pada usaha sektor informal skala mikro yang banyak dijalankan perempuan sebagai usaha rumah tangga untuk membantu ekonomi keluarga (BPS, 2024).

Karakteristik berikutnya adalah umur, yang mendukung kemampuan fisik pedagang dalam menjalankan usaha setiap hari.

Tabel 2. Sebaran Responden Menurut Kelompok Umur

No	Kelompok Umur (Tahun)	Kasih (Orang)	%	Oesapa (Orang)	%
1	30-39	6	21,4	7	26,9
2	40-49	12	42,9	7	26,9
3	50-60	10	35,7	12	46,2
	Jumlah	28	100	26	100
	Rata-rata (tahun)	44	-	44	-

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 2, rata-rata umur pedagang di kedua pasar adalah 44 tahun dan tergolong usia produktif (Simanjuntak, 2010), sejalan dengan penelitian Pandiangan dkk. (2022) yang menemukan rata-rata umur pedagang sayur berkisar 42-44 tahun. Pasar Kasih Naikoten 1 didominasi kelompok umur 40-49 tahun, sedangkan Pasar Oesapa oleh kelompok 50-60 tahun, yang diduga berkaitan dengan regenerasi pedagang yang lebih lambat di Pasar

Oesapa, sebagaimana ditemukan Londa dkk. (2023) bahwa pedagang berpengalaman panjang cenderung bertahan pada usaha yang telah lama dijalankan.

Karakteristik selanjutnya adalah tingkat pendidikan, yang dapat memengaruhi cara pedagang mengelola usahanya.

Tabel 3. Sebaran Responden Menurut Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Kasih (Orang)	%	Oesapa (Orang)	%
1	Tidak Sekolah	3	10,7	2	7,7
2	SD	9	32,1	8	30,8
3	SMP	6	21,4	7	26,9
4	SMA/SMK	10	35,7	9	34,6
	Jumlah	28	100	26	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3, mayoritas pedagang di kedua pasar berpendidikan SMA/SMK, diikuti SD, dengan pola yang relatif sama antar pasar. Kondisi ini menunjukkan pedagang lebih mengandalkan keterampilan praktis dibandingkan pendidikan formal dalam mengelola usaha (Utami & Lestari, 2022).

Karakteristik lain yang diamati adalah pengalaman berdagang, yang berperan dalam menunjang keberhasilan usaha.

Tabel 4. Sebaran Responden Menurut Pengalaman Berdagang Sayur

No	Pengalaman (Tahun)	Kasih (Orang)	%	Oesapa (Orang)	%
1	1-5	6	21,4	5	19,2
2	6-10	8	28,6	6	23,1
3	11-15	7	25,0	7	26,9
4	>15	7	25,0	8	30,8
	Jumlah	28	100	26	100
	Rata-rata (tahun)	14	-	13	-

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4, rata-rata pengalaman berdagang di Pasar Kasih Naikoten 1 dan Pasar Oesapa masing-masing 14 dan 13 tahun, mendukung kemampuan pedagang memahami kondisi pasar dan menentukan strategi penjualan yang tepat (Londa dkk., 2023). Hasil ini sejalan dengan Siregar dkk. (2021) yang menemukan pedagang skala kecil dengan pengalaman lama umumnya berasal dari kelompok usia yang lebih tua karena usaha tersebut telah menjadi mata pencaharian utama, berbeda dengan pedagang usia muda yang menurut Kelengon dkk. (2024) cenderung lebih terbuka terhadap diversifikasi jenis usaha.

Karakteristik terakhir adalah waktu berdagang dalam sehari, yang memengaruhi peluang pedagang melayani pembeli.

Tabel 5. Sebaran Responden Menurut Waktu Berdagang dalam Sehari

No	Waktu (Jam)	Kasih (Orang)	%	Oesapa (Orang)	%
1	6-8	3	10,7	2	7,7
2	9-11	15	53,6	14	53,8
3	12-14	10	35,7	10	38,5
	Jumlah	28	100	26	100
	Rata-rata (jam/hari)	11	-	11	-

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 5, rata-rata waktu berdagang di kedua pasar sekitar 11 jam per hari, menunjukkan bahwa perdagangan sayur menjadi pekerjaan utama bagi sebagian besar pedagang.

Jenis dan Volume Penjualan Sayuran

Jenis dan jumlah sayuran yang diperdagangkan di kedua pasar relatif sama, terdiri dari sayuran daun, sayuran

buah, serta bumbu dapur yang menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Namun demikian, terdapat perbedaan dalam keragaman jenis sayuran yang dijual oleh masing-masing pedagang.

Tabel 6. Komparasi Jumlah Jenis Sayuran dan Volume Penjualan Selama Satu Bulan

Indikator	Kasih Naikoten 1	Oesapa
Rata-rata jenis sayuran (jenis)	13	11
Jenis sayuran maksimum	19	15
Total volume penjualan (kg/bulan)	11.030,07	9.432,89
Rata-rata volume per pedagang (kg)	479,57	410,13

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Pedagang di Pasar Kasih Naikoten 1 menjual lebih beragam jenis sayuran (13 vs 11 jenis) dengan volume penjualan yang lebih besar (11.030 vs 9.433 kg/bulan) dibandingkan Pasar Oesapa. Keragaman produk yang lebih tinggi ini turut mendukung daya tarik pasar bagi konsumen (Kotler & Keller, 2016), sejalan dengan temuan Roki et al. (2024) yang menyatakan bahwa volume penjualan dipengaruhi oleh tingkat permintaan konsumen terhadap jenis sayuran yang dipasarkan.

Tabel 7. Jenis Sayur dengan Jumlah Pedagang Terbanyak dan Paling Sedikit

Pasar	Terbanyak Dijual	Jml	%	Paling Sedikit	Jml	%
Kasih Naikoten 1	Bayam	28	100,00	Cabai Merah	5	17,86
Oesapa	Kangkung	26	100,00	Cabai Merah	4	15,38

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 7, bayam menjadi sayuran terlaris di Pasar Kasih Naikoten 1 dan kangkung di Pasar Oesapa, masing-masing dijual oleh seluruh responden (100%), sementara cabai merah menjadi jenis yang paling sedikit dijual di kedua pasar. Harga kedua sayuran terlaris tersebut relatif seragam antarpasar (Rp20.000/kg untuk bayam dan Rp15.385/kg untuk kangkung), sedangkan harga tertinggi terdapat pada cabai rawit dan cabai merah akibat fluktuasi pasokan. Keragaman jenis sayuran yang lebih tinggi di Pasar Kasih Naikoten 1 sejalan dengan pendapatan pedagang yang juga lebih besar di pasar tersebut (Kotler & Keller, 2016).

Analisis Biaya Usaha Pedagang Sayur

Biaya usaha pedagang sayur dalam penelitian ini terdiri atas biaya tetap *(fixed cost)* dan biaya variabel *(variable cost)*. Biaya tetap meliputi retribusi pasar, listrik, dan penyusutan peralatan, sedangkan biaya variabel meliputi pembelian sayuran, karet, plastik, dan transportasi.

Tabel 8. Komparasi Total Biaya Usaha Pedagang Sayur Selama Satu Bulan

Jenis Biaya	Kasih Naikoten 1 (Rp)	Oesapa (Rp)
Biaya Tetap	12.860.000	10.420.000
Biaya Variabel	156.900.000	135.995.000
Total Biaya Usaha	169.760.000	146.415.000
Rata-rata Biaya per Pedagang	6.062.857	5.631.346

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 8, total biaya usaha di Pasar Kasih Naikoten 1 (Rp169.760.000/bulan) lebih tinggi dibandingkan Pasar Oesapa (Rp146.415.000/bulan), dengan biaya variabel terutama pembelian sayuran sebagai komponen terbesar di kedua pasar, sejalan dengan temuan Astuti et al. (2019). Tingginya biaya ini sejalan dengan skala usaha yang lebih besar di

Pasar Kasih Naikoten 1 (Sukirno, 2013). Dibandingkan dengan pedagang sayur keliling yang menurut Dewi dkk. (2023) lebih banyak menanggung biaya variabel berupa transportasi dan bahan bakar, struktur biaya pedagang menetap di kedua pasar ini justru didominasi biaya variabel pembelian barang, sementara biaya tetap meski proporsinya relatif kecil tetap menjadi beban rutin yang tidak dihadapi pedagang keliling, sehingga memerlukan pengelolaan yang lebih cermat agar tidak mengurangi margin pendapatan bersih.

Analisis Penerimaan Pedagang Sayur

Penerimaan pedagang sayur diperoleh dari hasil penjualan berbagai jenis sayuran yang dijual setiap hari selama satu bulan. Total penerimaan pedagang di Pasar Kasih Naikoten 1 mencapai Rp239.317.000, lebih besar dibandingkan Pasar Oesapa sebesar Rp210.717.000, dengan rata-rata penerimaan masing-masing Rp8.547.036 dan Rp8.104.500 per bulan. Tingginya penerimaan di Pasar Kasih Naikoten 1 didukung oleh lokasi yang strategis, harga yang kompetitif, serta arus pengunjung yang lebih tinggi (Kotler & Keller, 2009).

Analisis Pendapatan Pedagang Sayur

Pendapatan bersih pedagang sayur dihitung berdasarkan selisih antara total penerimaan dan total biaya usaha (PB = TR - TC). Hasil analisis pendapatan disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Komparasi Penerimaan, Biaya, dan Pendapatan Pedagang Sayur Selama Satu Bulan

Komponen	Kasih Naikoten 1 (Rp)	Oesapa (Rp)
Total Penerimaan	239.317.000	210.717.000
Total Biaya	169.760.000	146.415.000
Total Pendapatan Bersih	69.557.000	59.502.000
Rata-rata Pendapatan per Pedagang	2.484.179	2.288.538

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 9, rata-rata pendapatan bersih di Pasar Kasih Naikoten 1 (Rp2.484.179/bulan) lebih tinggi dibandingkan Pasar Oesapa (Rp2.288.538/bulan), sejalan dengan besarnya penerimaan yang diperoleh masing-masing kelompok pedagang (Tehubijuluw et al., 2023).

Uji Normalitas dan Homogenitas

Sebelum dilakukan uji beda rata-rata, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas dan uji homogenitas sebagai syarat penggunaan statistik parametrik.

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas dan Homogenitas

Uji	Kasih Naikoten 1	Oesapa	Keterangan
Normalitas (K-S) Sig.	0,200	0,190	Data Normal (>0,05)
Homogenitas (Levene) Sig.	0,478	0,478	Varians Homogen (>0,05)

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 10, nilai signifikansi uji normalitas (0,200 dan 0,190) serta homogenitas (0,478) seluruhnya lebih besar dari 0,05, sehingga data pendapatan berdistribusi normal dan homogen, memenuhi syarat untuk uji parametrik Independent Sample T-Test.

Analisis Perbedaan Pendapatan (*Independent Sample T-Test)*

Uji t independen digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan rata-rata pendapatan antara pedagang sayur di Pasar Kasih Naikoten 1 dan Pasar Oesapa.

Tabel 11. Hasil Uji t Independen Pendapatan Pedagang Sayur

Uji	t hitung	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Equal variances assumed	2,102	0,040	Signifikan (<0,05)

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 11, nilai signifikansi uji t sebesar 0,040 (<0,05) menunjukkan terdapat perbedaan pendapatan yang signifikan antara kedua pasar, dengan selisih rata-rata Rp195.641 per pedagang per bulan. Perbedaan ini diduga dipengaruhi oleh keragaman komoditas, volume dan perputaran stok yang lebih tinggi, serta lokasi Pasar Kasih Naikoten 1 yang lebih strategis di pusat kota, sementara pedagang sayur di Pasar Oesapa kurang dominan karena pasar tersebut lebih didominasi komoditas ikan laut.

KESIMPULAN

1. Rata-rata pendapatan pedagang sayur di Pasar Kasih Naikoten 1 sebesar Rp2.484.179 per bulan, lebih tinggi dibandingkan rata-rata pendapatan pedagang sayur di Pasar Oesapa sebesar Rp2.288.538 per bulan.
2. Hasil uji Independent Sample T-Test menunjukkan terdapat perbedaan pendapatan yang signifikan antara pedagang sayur di Pasar Kasih Naikoten 1 dan Pasar Oesapa, dengan nilai signifikansi 0,040 (< 0,05).

Saran

1. Pedagang di Pasar Kasih Naikoten 1 diharapkan mempertahankan dan meningkatkan pengelolaan usahanya agar pendapatan tetap optimal.
2. Pedagang di Pasar Oesapa diharapkan meningkatkan kualitas produk dan strategi penjualan untuk meningkatkan pendapatan.
3. Pengelola pasar dan pemerintah daerah diharapkan meningkatkan fasilitas dan penataan pasar, khususnya di Pasar Oesapa.
4. Peneliti selanjutnya disarankan meneliti faktor-faktor lain yang memengaruhi pendapatan pedagang agar hasil penelitian lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Adu, H. A., Soinbala, H., Mansula, E. L., Ali, Y. Y., & Suek, J. (2022). Variasi pendapatan pedagang sayur keliling sebelum dan masa pandemi di Kota Kupang. Prosiding Seminar Nasional Pertanian ke IX: Pertanian Lahan Kering Mendukung Ketahanan Pangan untuk Mengatasi Stunting Berbasis Teknologi Menuju Revolusi Digital 5.0, 112-118.

Arikunto, S. (2016). Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik. Rineka Cipta.

Aziz, A., & Prihtanti, T. M. (2024). Perbandingan pendapatan

pedagang sayuran di dua pasar tradisional di Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Mimbar Agribisnis, 10(2), 3496-3504.

Badan Pusat Statistik. (2024). Kota Kupang dalam angka 2024. BPS Kota Kupang.

Dewi, A. P., Hendrarini, H., & Widayanti, S. (2023). Analisis komparatif pendapatan pedagang sayur keliling dan pedagang sayur menetap di Kelurahan Pagesangan Kota Surabaya. Agridevina: Berkala Ilmiah Agribisnis, 12(2), 67-75.

Imam Ghozali. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kelengon, M., Bempah, I., & Moonti, A. (2024). Analisis pendapatan pedagang sayuran di pasar tradisional Kota Gorontalo dalam kondisi pandemi dan pasca pandemi Covid-19. Economics and Digital Business Review, 5(1), 267-285.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.

Mardia, N., Nurlina, Alam, M. C., Sugiarto, M., Amruddin, Putra, D. E., Herawati, M., & Utomo, B. (2021). *Manajemen Agribisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Pakaya, A., Kalangi, J. B., & Tolosang, K. D. (2024). Analysis of income and profits of vegetable traders in the Bersehati Market, Manado City. Formosa Journal of Applied Sciences, 3(1), 161-178.

Reardon, T., Liverpool-Tasie, L. S. O., & Minten, B. (2021). *Quiet Revolution by SMEs in the Midstream of Value Chains in Developing Regions: Wholesale Markets, Wholesalers, Logistics, and Processing*. *Food Security, 13*(6), 1577–1594

Saragih, B. (2010). Agribisnis: Paradigma baru pembangunan ekonomi berbasis pertanian. IPB Press.

Siregar, N. A., Hafiz, F., & Lubis, M. M. (2021). Analisis tingkat pendapatan pedagang sayur lesehan di Pasar Medan Deli. Jurnal Agriuma, 3(2), 66-70.

Soekartawi. (2016). Analisis usahatani. UI Press.

Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Sukirno, S. (2013). Makro ekonomi: Teori pengantar. PT Raja Grafindo Persada.