Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 32717-32728

Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Pendapatan Pedangan Penjual Minyak Tanah di Kampung Tegirolo Kamputen Sosong Selatan

Yanti M Timisela[1], Andrei Maryen[2], Ebersela Bleskadit[3]

[1,2,3]Universitas Kristen Papua

Corresponding sele5318@gmail.com

Published: Juni, 2026

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of location and price fluctuations on the income of kerosene sellers in Tegirolo Village, South Sorong Regency. The research method used is a quantitative method. Research results The results of the t test show that the sales location does not have a significant effect on income because the significance value of 0.321 is greater than 0.05 or comparing the calculated t value and the t table value, by first determining the df value, df = n - k - 1 then 28 - 2 - 1 = 25, t table = 1.708; while the calculated t value for variable X1 = 1.014, thus the calculated t value <t table so that the sales location (X1) does not have a significant effect on income (Y). While the calculated t value for variable X2 = 3.052, thus the calculated t value> t table so that price fluctuations (X2) have a significant effect on income (Y). The results of the simultaneous test show a calculated F value of 21.481 with a significance of 0.000. This proves that sales location and price fluctuations jointly influence kerosene sellers' income.

Keywords: location, price fluctuation, income

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perekonomian masyarakat di daerah pedesaan dan wilayah terpencil masih sangat bergantung pada aktivitas usaha kecil yang dijalankan secara mandiri oleh masyarakat (Hamzah et al., 2022). Salah satu bentuk usaha yang memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga masyarakat adalah usaha perdagangan bahan bakar minyak tanah. Minyak tanah hingga saat ini masih menjadi salah satu kebutuhan utama masyarakat, khususnya di wilayah yang belum sepenuhnya terjangkau oleh penggunaan gas elpiji maupun sumber energi alternatif lainnya. Oleh karena itu, keberadaan pedagang minyak tanah memiliki peranan penting dalam menjaga kelangsungan aktivitas rumah tangga dan ekonomi masyarakat.

Di Kabupaten Sorong Selatan, khususnya di Kampung Tegirolo, minyak tanah masih menjadi kebutuhan pokok yang digunakan masyarakat untuk memasak, penerangan, maupun kebutuhan usaha kecil rumah tangga. Tingginya kebutuhan masyarakat terhadap minyak tanah menyebabkan usaha penjualan minyak tanah berkembang sebagai salah satu sumber pendapatan masyarakat. Usaha ini dijalankan oleh pedagang dalam skala kecil dengan sistem penjualan eceran menggunakan botol berukuran 900 mililiter.

Pendapatan pedagang dalam suatu usaha sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Dalam usaha penjualan minyak tanah, salah satu faktor yang dianggap memiliki pengaruh besar terhadap pendapatan pedagang adalah lokasi penjualan(Sinta & Pendidikan,

2020). Lokasi usaha merupakan tempat berlangsungnya aktivitas penjualan yang dapat memengaruhi tingkat kemudahan konsumen dalam memperoleh barang. Lokasi yang strategis biasanya lebih mudah dijangkau oleh masyarakat, dekat dengan pemukiman penduduk, serta berada pada jalur aktivitas masyarakat sehingga berpotensi meningkatkan jumlah pembeli dan pendapatan pedagang.

Sebaliknya, lokasi penjualan yang kurang strategis dapat menyebabkan rendahnya tingkat kunjungan konsumen karena akses yang sulit dijangkau atau jarak yang terlalu jauh dari pusat aktivitas masyarakat. Perbedaan lokasi penjualan di Kampung Tegirolo menyebabkan adanya perbedaan jumlah konsumen yang datang membeli minyak tanah. Pedagang yang berada pada lokasi yang lebih ramai cenderung memiliki peluang memperoleh pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan pedagang yang berada pada lokasi yang jauh dari pusat aktivitas masyarakat.

Selain faktor lokasi, fluktuasi harga juga menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat pendapatan pedagang minyak tanah. Fluktuasi harga merupakan kondisi naik turunnya harga dalam periode tertentu yang dipengaruhi oleh ketersediaan barang, biaya distribusi, tingkat permintaan masyarakat, maupun kondisi ekonomi wilayah. Dalam praktiknya, harga minyak tanah di Kampung Tegirolo mengalami variasi harga yang cukup besar. Harga jual minyak tanah saat ini berkisar antara Rp20.000 hingga Rp45.000 per botol ukuran 900 ml, tergantung pada lokasi penjualan dan kondisi distribusi.

Perbedaan harga tersebut menunjukkan bahwa belum adanya keseragaman harga minyak tanah di tingkat pedagang eceran. Pedagang yang berada pada lokasi dengan akses transportasi yang sulit atau jauh dari pusat distribusi cenderung menjual minyak tanah dengan harga yang lebih tinggi karena dipengaruhi oleh biaya pengangkutan dan keterbatasan pasokan. Sementara itu, pedagang yang berada pada lokasi yang lebih dekat dengan jalur distribusi dapat menjual dengan harga yang relatif lebih renda

Kondisi fluktuasi harga minyak tanah secara langsung memengaruhi daya beli masyarakat. Ketika harga minyak tanah mengalami kenaikan, sebagian masyarakat cenderung mengurangi pembelian sehingga berdampak pada menurunnya volume penjualan pedagang. Sebaliknya, apabila harga relatif stabil dan terjangkau, tingkat pembelian masyarakat cenderung meningkat. Dengan demikian, perubahan harga minyak tanah memiliki hubungan yang erat dengan tingkat pendapatan pedagang.

Di sisi lain, tingginya variasi harga minyak tanah juga dapat memunculkan persaingan antarpedagang dalam menarik konsumen. Konsumen pada umumnya akan memilih membeli minyak tanah pada pedagang yang menawarkan harga lebih murah dan lokasi yang mudah dijangkau. Kondisi ini menyebabkan pedagang harus mampu menyesuaikan strategi penjualan agar tetap memperoleh keuntungan dan mempertahankan pelanggan.

Permasalahan mengenai lokasi usaha dan fluktuasi harga menjadi hal yang penting untuk dikaji karena kedua faktor tersebut berkaitan langsung dengan keberlangsungan usaha pedagang minyak tanah di Kampung Tegirolo. Pendapatan yang diperoleh pedagang tidak hanya dipengaruhi oleh banyaknya barang yang dijual, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi lokasi usaha dan perubahan harga yang terjadi di masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang lebih mendalam mengenai sejauh mana pengaruh lokasi dan fluktuasi harga terhadap pendapatan pedagang minyak tanah.

Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena dapat memberikan gambaran nyata mengenai kondisi usaha penjualan minyak tanah di Kampung Tegirolo Kabupaten Sorong Selatan. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pemerintah daerah dalam melakukan pengawasan distribusi dan stabilitas harga minyak tanah di masyarakat. Bagi pedagang, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya pemilihan lokasi usaha dan strategi menghadapi fluktuasi harga dalam meningkatkan pendapatan usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *"Pengaruh Lokasi dan Fluktuasi Harga terhadap Pendapatan Pedagang Penjualan Minyak Tanah di Kampung Tegirolo Kabupaten Sorong Selatan"*. Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui pengaruh lokasi dan fluktuasi harga terhadap tingkat pendapatan pedagang sehingga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan usaha perdagangan minyak tanah di daerah tersebut.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat positivisme yang dalam analisisnya akan menggunakan data yang bersifat angka (numerik) yang selanjutnya akan dianalisis secara statistika dalam rangka menguji hipotesis yang telah ditentukan dalam penelitian sehingga mampu mendapatkan tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sejumlah sampel yang ada dalam satu wilayah tertentu dengan jumlah tertentu dan memiliki karakteristik yang sama(Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini menggunakan populasi jumlah penjual minyak tanah di Kampung Tegirolo, sehingga jumlahnya sebanyak 28.

Sampel merupakan anggota dari suatu populasi yang menunjukan karakteristik yang sama pada populasi tertentu(Sugiyono, 2013).

Jenis dan Sumber Data

Data terdiri dari 2 (dua) jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dengan terjun ke lapangan sedangkan data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung yaitu melalui jurnal,website, dan lain-lain(Mulyadi, 2019) (Mulyadi,2019). Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Sumber data yang digunakan yaitu menggunakan riset kepustakaan dan penelitian lapangan, riset kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui buku-buku dan literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian. Sedangkan penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung terhadap sumber atau objek penelitian (Mulyadi, 2019).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang digunakan oleh seorang peneliti untuk dapat mengambil data yang dibutuhkan pada penelitian tersebut yang telah disesuaikan dengan desain dan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut(Nurlan, 2019). Sehingga berdasarkan dengan jenis penelitian kuantitatif maka dalam penelitian ini menggunakan beberapa jenis teknik pengumpulan data, antara lain :

a. Kuesioner; Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan pemberian pertanyaan baik dengan kertas ataupun secara online kepada responden terkait dengan variabel penelitian yang digunakan(Sugiyono, 2013).
b. Observasi; Observasi adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatanpencatatan terhadap keadaan atau prilaku objek sasaran.
c. Studi Kepustakaan; Dilakukan dengan cara mengumpulkan teori yang relevan, artikel-artikel dan literatur lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian dalam penelitian adalah regresi linier berganda. Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda maka terlebih dahulu melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuisioner dengan menggunakan SPSS versi 26.

1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji Validitas , Uji Validitas di gunakan untuk menguji sejauh mana akurasi atau kebenaran suatu instrumen sebagai instrumen pengukuran variabel pencarian(Dewi, 2018). Formula yang digunakan yaitu:

$$rxy = \frac{(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n[\sum X^2(\sum X^2)][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

X = Skor item
Y = Skor Total
XY= Skor Pertanyaan
N = Jumlah responden untuk diuji coba
r = Korelasi product moment

Uji Reliabilitas, Tes reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan koherensi instrumen pengukuran untuk mengukur gejala yang sama dari peluang lain. Jika setelah menggunakan SPSS didapatkan output bahwa nilai cronbach's alpha (α) > 60 % (0,60) maka variabel yang digunakan sebagai instrument penelitian dianggap konsisten atau reliabel sedangkan jika nilai cronbach's alpha (α) < 60 % (0,60) maka variabel yang digunakan sebagai instrument penelitian dianggap tidak konsisten atau tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik;

a. Uji Normalitas, uji ini digunakan untuk menentukan model yang baik dan model yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jika residual tidak terdistribusi normal, maka hasil uji statistik (seperti uji-t dan uji-F) dapat menjadi tidak valid atau tidak dapat dipercaya. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan Kolmogorov-Smirnov; dengan kriteria Keputusan model terdistribusi nirmal jika nilai signifikansi (p-value) > 0,05, maka data dinyatakan terdistribusi normal. Jika < 0,05, maka data tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas; Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.(Ghozali, 2016)

c. Uji Heteroskedastisitas; Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

3. Analisis Regresi Linier Berganda; Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda karena terdapat lebih dari satu variabel. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh lokasi dan fluktuasi harga terhadap pendapatan penjual minyak tanah (Algifari. 1997. Analisis Statistik Untuk Bisnis; Dengan Regresi, Korelasi Dan Nonparametrik. Yogyakarta: BPFE., n.d.)

Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan rumus Rumus regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta 1.\ X1 + \beta 2.\ X2$$

Keterangan:

Y = Pendapatan

α = Konstanta

b1, b2= Koefisien regresi

X1 = Lokasi

X2 = fluktuasi harga

1) Uji T (Parsial) ; Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi koefisien regresi secara parsial dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel pada tingkat kepercayaan (confidence level) = 95% atau α = 0,05. Apabila t hitung < t tabel, maka koefisien korelasi yang diuji dapat dikategorikan signifikan, dan sebaliknya t hitung > t tabel dapat dikategorikan tidak signifikan (Sari, 2008). Pengujian regresi linear berganda dan uji t dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 26 untuk windows(Ghozali, 2016)

2) Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable dependen/terikat. Pada pengujian ini juga menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

3) Uji Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi (R2) digunakan untuk mengukur faktor manakah yang paling berpengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai R2 yang besar menunjukkan variabel independen yangmempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen. Tujuan

menghitung koefisien determinasi (R2) adalah untuk mengetahui variabel bebas mana yang paling dominan terhadap variabel terikat.

PEMBAHASAN

a. Deskripsi Responden

Hasil penelitian mengenai pengaruh lokasi penjualan dan fluktuasi harga jual minyak eceran kemasan botol 900 ml terhadap pendapatan penjual minyak menunjukkan dinamika usaha yang cukup kompleks. Kondisi di lapangan memperlihatkan bahwa perubahan harga minyak tanah tidak hanya berdampak pada perilaku konsumen, tetapi juga memengaruhi strategi penjualan para pedagang dalam mempertahankan keuntungan usaha.

Berdasarkan distribusi frekuensi, mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 57,1%. Keadaan ini menggambarkan bahwa aktivitas perdagangan minyak eceran masih didominasi oleh laki-laki karena usaha tersebut membutuhkan mobilitas tinggi, terutama dalam pengadaan barang dan distribusi ke lokasi penjualan. Selain itu, penjual laki-laki umumnya lebih aktif melakukan pembelian stok langsung ke distributor atau agen sehingga mampu memperoleh harga yang relatif lebih rendah dibandingkan pengecer lain.

Tabel 2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	16	57.1	57.1	57.1
	Perempuan	12	42.9	42.9	100.0
	Total	28	100.0	100.0	

Sumber : Data dioleh, 2026

Dari sisi usia, sebagian besar responden berada pada kelompok usia produktif. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa usaha penjualan minyak eceran masih menjadi pilihan ekonomi masyarakat usia kerja karena usaha ini relatif mudah dijalankan dan tidak membutuhkan modal yang terlalu besar.

Usia produktif juga memengaruhi kemampuan pedagang dalam membaca kondisi pasar, menyesuaikan harga, serta menjaga hubungan dengan pelanggan tetap.

Tabel 3 Karakteristik Responden Menurut Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25-29	3	10.7	10.7	10.7
	30-34	7	25.0	25.0	35.7
	35-39	4	14.3	14.3	50.0
	40-44	3	10.7	10.7	60.7
	45-49	4	14.3	14.3	75.0
	50-54	3	10.7	10.7	85.7
	55-59	1	3.6	3.6	89.3

	60-64	3	10.7	10.7	100.0
	Total	28	100.0	100.0	

Sumber : Data dioleh, 2026

Lama usaha responden sebagian besar berada pada kategori awal usaha sebesar 42,9%. Hal ini memperlihatkan bahwa usaha penjualan minyak eceran cukup diminati sebagai sumber pendapatan masyarakat. Banyak pedagang memulai usaha ini karena tingginya kebutuhan rumah tangga terhadap minyak tanah yang merupakan barang konsumsi harian. Walaupun demikian, usaha yang masih relatif baru cenderung menghadapi keterbatasan modal dan jaringan distribusi sehingga lebih rentan terhadap perubahan harga pasar.

Tabel 4 Karakteristik Responden Mennurut Lama Usaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-4 tahun	12	42.9	42.9	42.9
	5-8 tahun	10	35.7	35.7	78.6
	9-12 tahun	6	21.4	21.4	100.0
	Total	28	100.0	100.0	

Sumber : Data dioleh, 2026

Pada variabel rata-rata penjualan per hari, sebagian besar responden berada pada kategori sedang. Keadaan ini menunjukkan bahwa tingkat penjualan minyak eceran belum sepenuhnya stabil. Pendapatan penjual sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi masyarakat sekitar, daya beli konsumen, serta perubahan harga minyak tanah yang terjadi secara berkala. Ketika harga minyak naik terlalu tinggi, sebagian konsumen cenderung mengurangi jumlah pembelian sehingga volume penjualan menurun.

Tabel 5 Rata-rata Penjualan per hari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 botol	6	21.4	21.4	21.4
	30 botol	11	39.3	39.3	60.7
	45 botol	6	21.4	21.4	82.1
	48 botol	5	17.9	17.9	100.0
	Total	28	100.0	100.0	

Sumber : Data dioleh, 2026

Hasil distribusi frekuensi juga menunjukkan bahwa lokasi penjualan mayoritas berada pada kategori strategis sebesar 78,6%. Sebagian besar penjual memilih lokasi di sekitar pasar, jalan utama, atau kawasan permukiman yang ramai. Lokasi strategis sebenarnya memberikan peluang memperoleh

konsumen lebih banyak karena mudah dijangkau masyarakat. Namun, pada kondisi tertentu lokasi tidak menjadi faktor utama karena kebutuhan minyak tanah bersifat primer sehingga konsumen tetap membeli meskipun lokasi penjual tidak terlalu berbeda jauh.

Tabel 6 Lokasi penjualan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dekat pangkalan	22	78.6	78.6	78.6
	Jauh pangkalan	6	21.4	21.4	100.0
	Total	28	100.0	100.0	

Sumber : Data dioleh, 2026

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Sementara itu, variabel pendapatan juga menunjukkan tingkat validitas yang sangat baik dengan nilai korelasi tertinggi sebesar 0,917; variable X2 (fluktuasi harga) dengan nilai korelasi tertinggi sebesar 0,959; dan variable X1 (Lokasi) dengan nilai korelasi tertinggi sebesar 0,806. Hal ini menunjukkan bahwa indikator pendapatan yang digunakan mampu menjelaskan kondisi ekonomi penjual minyak secara nyata, terutama berkaitan dengan peningkatan maupun penurunan hasil penjualan harian. Nilai r tabel ditentukan dengan memperhatikan df, nilai df = n – 2 = 28 – 2 = 26, r-tabel = 0,3739

Tabel 10 Uji Validitas

No	Pertanyaan Variabel X1 (Lokasi Usaha)	r-hitung	r-tabel	ketentuan
1	Lokasi usaha saya mudah dijangkau oleh konsumen	0,552	0,3739	Valid
2	Usaha saya berada di area yang ramai penduduk.	0,633	0,3739	Valid
3	Lokasi usaha saya dekat dengan pelanggan utama	0,806	0,3739	Valid
4	Usaha saya mudah terlihat oleh calon pembeli	0,747	0,3739	Valid
5	Akses jalan menuju lokasi usaha saya dalam kondisi baik.	0,790	0,3739	Valid
6	Lokasi usaha memudahkan distribusi atau pengambilan stok minyak tanah.	0,790	0,3739	Valid
7	Lokasi usaha saya strategis untuk kegiatan penjualan	0,731	0,3739	Valid
Variabel X2 (Fluktuasi harga)				
8	Harga minyak tanah sering mengalami perubahan	0,850	0,3739	Valid

9	Perubahan harga minyak tanah sulit diprediksi	0,919	0,3739	Valid
10	Kenaikan harga minyak tanah memengaruhi jumlah pembeli	0,898	0,3739	Valid
11	Penurunan harga minyak tanah meningkatkan jumlah penjualan	0,959	0,3739	Valid
12	Saya menyesuaikan harga jual ketika terjadi perubahan harga dari pemasok	0,922	0,3739	Valid
	Variabel Y (Pendapatan)			
13	Pendapatan usaha saya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari	0,910	0,3739	Valid
14	Pendapatan usaha saya relatif stabil setiap bulan	0,888	0,3739	Valid
15	Pendapatan usaha saya meningkat dari waktu ke waktu.	0,917	0,3739	Valid
16	Lokasi usaha memengaruhi besarnya pendapatan saya	0,799	0,3739	Valid

Sumber : Data dioleh, 2026

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,80. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik. Artinya, jawaban responden relatif stabil dan dapat dipercaya dalam menggambarkan kondisi sebenarnya di lapangan.

Tabel 8 Uji Reliabilitas

No	Variable	Cronbach's Aplha	Ketentuan	Keputusan
1	Lokasi (X1)	0,803	0,60	Reliabel
2	Fluktuasi harga (X2)	0,827	0,60	Reliabel
3	Pendapatan (Y)	0,822	0,60	Reliabel

Sumber : Data dioleh, 2026

Uji Asumsi Klasik

Pada uji normalitas, variabel lokasi usaha dan pendapatan memiliki nilai signifikansi di atas 0,05 sehingga dinyatakan berdistribusi normal. Sedangkan variabel fluktuasi harga memiliki nilai signifikansi 0,002 yang menunjukkan adanya penyimpangan normalitas. Kondisi ini dapat dipahami karena harga minyak tanah memang mengalami perubahan yang tidak stabil selama periode penelitian. Ketidakstabilan harga menyebabkan persepsi responden terhadap harga menjadi sangat beragam sehingga distribusi data tidak sepenuhnya normal.

Tabel 9 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Lokasi usaha	fluktuasi harga	pendapatan
N		28	28	28
Normal Parameters[a,b]	Mean	20.75	20.25	19.07

	Std. Deviation	2.287	2.901	1.438
Most Extreme Differences	Absolute	.136	.213	.337
	Positive	.135	.213	.259
	Negative	-.136	-.144	-.337
Test Statistic		.136	.213	.337
Asymp. Sig. (2-tailed)		.197[c]	.002[c]	.100[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
Sumber : Data dioleh, 2026

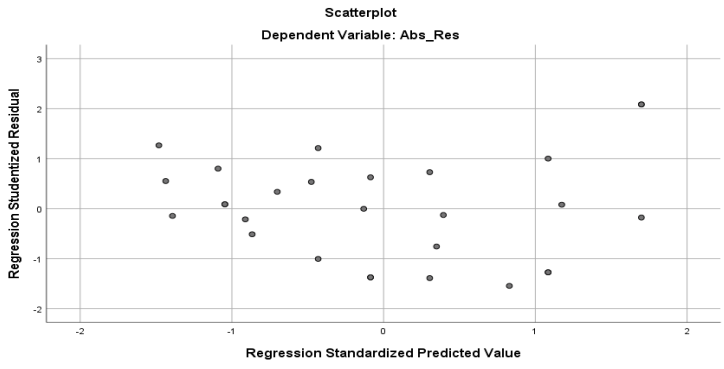
Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,356 dan VIF sebesar 2,807. Nilai tersebut menandakan bahwa tidak terjadi hubungan yang terlalu kuat antarvariabel independen. Dengan demikian, lokasi penjualan dan fluktuasi harga merupakan dua variabel yang berdiri sendiri dalam memengaruhi pendapatan penjual minyak.

Tabel 10 Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	ig.	Tolerance	VIF
(Constant)	10.157	1.594		6.370	000		
Lokas Usaha	.130	.128	.206	1.014	321	.356	2.807
Fluktuasi harga	.307	.101	.620	3.052	005	.356	2.807

a. Dependent Variable: Pendapatan

Pada uji heteroskedastisitas, nilai signifikansi kedua variabel independen lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Dengan kata lain, penyebaran data residual berlangsung secara merata sehingga model penelitian layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.



Gambar 1 Uji Heteroskedastisitas

Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah (Tabel 10 Coeeficient) :
Y = 10.157 + 0,130X1 + 0,307X2
Koefisien regresi lokasi penjualan sebesar 0,130 menunjukkan bahwa peningkatan kualitas lokasi usaha cenderung meningkatkan pendapatan penjual minyak, meskipun pengaruhnya relatif

kecil. Kondisi ini terjadi karena hampir seluruh penjual berada pada lingkungan pasar yang serupa sehingga perbedaan lokasi tidak terlalu mencolok. Konsumen juga membeli minyak tanah berdasarkan kebutuhan pokok, bukan semata-mata karena lokasi palan.

Sebaliknya, fluktuasi harga memiliki koefisien sebesar 0,307 yang berarti perubahan harga memberikan pengaruh lebih besar terhadap pendapatan. Ketika harga minyak meningkat, pedagang dapat memperoleh margin keuntungan lebih tinggi apabila stok barang masih tersedia dengan harga lama. Namun di sisi lain, kenaikan harga yang terlalu tinggi juga dapat menurunkan daya beli masyarakat sehingga penjual harus menyesuaikan strategi penjualan agar pelanggan tetap bertahan.

Uji Hipotesis

Hasil uji t (lihat tabel 10) menunjukkan bahwa lokasi penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan karena nilai signifikansi sebesar 0,321 lebih besar dari 0,05 ataupun membandingkan nilai t hitung dan nilai t tabel, dengan terlebih dahulu menentukan nilai df, df = n – k – 1 maka 28 – 2 – 1 = 25, t tabel = 1.708; sedangkan nilai t hitung untuk variable X1 = 1.014, dengan demikian nilai t hitung < t tabel sehingga Lokasi penjualan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan (Y). Kondisi ini mengindikasikan bahwa keberadaan lokasi strategis belum tentu menjamin peningkatan pendapatan apabila jumlah pesaing di sekitar lokasi juga tinggi. Selain itu, konsumen minyak tanah biasanya lebih mempertimbangkan harga dibandingkan lokasi pembelian.

Sebaliknya, fluktuasi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 ataupun membandingkan nilai t hitung dan nilai t tabel, dengan terlebih dahulu menentukan nilai df, df = n – k – 1 maka 28 – 2 – 1 = 25, t tabel = 1.708; sedangkan nilai t hitung untuk variable X2 = 3.052, dengan demikian nilai t hitung > t tabel sehingga fluktuasi harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap pendapatan (Y).. Hasil ini menunjukkan bahwa perubahan harga minyak tanah menjadi faktor utama yang menentukan besar kecilnya pendapatan penjual.

Dalam praktiknya, ketika harga distributor naik, pedagang harus segera menyesuaikan harga jual agar tidak mengalami kerugian. Pedagang yang mampu mengelola stok dengan baik biasanya memperoleh keuntungan lebih besar dibandingkan pedagang yang terlambat melakukan penyesuaian harga.

Hasil uji simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar 21,481 dengan signifikansi 0,000. Hal ini membuktikan bahwa lokasi penjualan dan fluktuasi harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan penjual minyak. Walaupun lokasi secara parsial tidak signifikan, namun ketika digabungkan dengan variabel harga, keduanya tetap memberikan kontribusi terhadap perubahan pendapatan usaha.

Tabel 11 ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	35.310	2	17.655	21.481	.000[b]
	Residual	20.547	25	.822		
	Total	55.857	27			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Fluktuasi harga, Lokas Usaha

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi sebesar 63,2% menunjukkan bahwa sebagian besar perubahan pendapatan penjual minyak dapat dijelaskan oleh lokasi penjualan dan fluktuasi harga. Sisanya sebesar 36,8% dipengaruhi oleh faktor lain seperti jumlah pelanggan tetap, modal usaha, tingkat persaingan, kondisi ekonomi masyarakat, kualitas pelayanan, serta kemampuan pedagang menjaga ketersediaan stok barang.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa usaha penjualan minyak eceran sangat dipengaruhi oleh kondisi harga pasar. Pedagang yang mampu membaca perubahan harga dan

mengelola persediaan dengan baik cenderung memperoleh pendapatan lebih stabil. Sementara itu, lokasi usaha tetap penting sebagai sarana menjangkau konsumen, tetapi dalam perdagangan kebutuhan pokok seperti minyak tanah, faktor harga tetap menjadi pertimbangan utama masyarakat dalam melakukan pembelian.

Tabel 12 Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1[a]	.795	.632	.603	.907

a. Predictors: (Constant), Fluktuasi harga, Lokas Usaha
b. Dependent Variable: Pendapatan
Sumber : Data dioleh, 2026

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh lokasi penjualan dan fluktuasi harga jual minyak eceran kemasan botol 900 ml terhadap pendapatan penjual minyak, dapat disimpulkan bahwa usaha penjualan minyak eceran sangat dipengaruhi oleh kondisi harga yang terjadi di pasaran. Fluktuasi harga minyak tanah terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi perubahan pendapatan pedagang. Ketika harga minyak mengalami kenaikan, sebagian pedagang mampu memperoleh keuntungan yang lebih besar, terutama apabila stok barang masih tersedia dengan harga pembelian sebelumnya. Namun di sisi lain, kenaikan harga yang terlalu tinggi juga dapat memengaruhi daya beli masyarakat sehingga jumlah pembelian konsumen cenderung menurun.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa lokasi penjualan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan penjual minyak. Kondisi ini terjadi karena sebagian besar pedagang berada pada wilayah penjualan yang relatif sama, seperti di sekitar pasar, jalan utama, maupun kawasan permukiman masyarakat. Selain itu, minyak tanah merupakan kebutuhan pokok rumah tangga sehingga konsumen tetap melakukan pembelian meskipun lokasi penjual tidak terlalu berbeda. Dalam praktiknya, masyarakat lebih mempertimbangkan harga yang terjangkau dibandingkan jarak lokasi penjualan.

Berdasarkan hasil uji simultan, lokasi penjualan dan fluktuasi harga secara bersama-sama tetap memberikan pengaruh terhadap pendapatan penjual minyak. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh satu faktor saja, tetapi dipengaruhi oleh kombinasi kondisi pasar, kemampuan pedagang menentukan harga, serta strategi dalam mempertahankan konsumen. Nilai koefisien determinasi sebesar 63,2% memperlihatkan bahwa sebagian besar perubahan pendapatan dapat dijelaskan oleh kedua variabel penelitian, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian seperti modal usaha, jumlah pelanggan, tingkat persaingan, dan kondisi ekonomi masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, penjual minyak eceran disarankan untuk lebih memperhatikan pengelolaan stok dan penyesuaian harga agar mampu menghadapi perubahan harga pasar yang sering terjadi. Pedagang perlu memiliki strategi pembelian barang yang tepat sehingga tidak mengalami kerugian ketika harga distributor meningkat secara tiba-tiba. Selain itu, menjaga hubungan baik dengan pelanggan juga penting dilakukan agar konsumen tetap melakukan pembelian meskipun terjadi kenaikan harga.

Walaupun lokasi penjualan tidak berpengaruh signifikan secara parsial, pemilihan tempat usaha yang mudah dijangkau masyarakat tetap perlu diperhatikan. Lokasi yang berada dekat pusat aktivitas masyarakat dapat membantu menjaga stabilitas penjualan dan memudahkan konsumen memperoleh kebutuhan sehari-hari. Di samping itu, pemerintah diharapkan dapat melakukan pengawasan terhadap distribusi dan stabilitas harga minyak tanah agar tidak terjadi lonjakan harga yang terlalu tinggi yang dapat merugikan pedagang maupun masyarakat sebagai konsumen.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar menambahkan variabel lain yang berkaitan dengan pendapatan penjual minyak, seperti modal usaha, loyalitas pelanggan, tingkat persaingan, dan strategi pemasaran. Dengan demikian, hasil penelitian berikutnya dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberlangsungan usaha perdagangan minyak eceran di masyarakat.

.

REFERENCES

Algifari. 1997. Analisis Statistik Untuk Bisnis; Dengan Regresi, Korelasi dan Nonparametrik. Yogyakarta: BPFE. (n.d.).

Dewi, D. A. (2018). *Modul Uji Validitas dan Reliabilitas* (pp. 1–14).

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 23*.

Haerisma, A., Ahdi, M., & Adha, L. (2021). PENGARUH FLUKTUASI HARGA EMAS DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH DALAM PRODUK CICIL EMAS PADA PEGADAIAN SYARIAH PASAR BARU INDRAMAYU. *Jurnal Ekonomi Rabbani*, *1*(2). https://doi.org/10.53566/jer.v1i2.44

Hamzah, L. M., Suparta, I. W., & Ciptawaty, U. (2022). STRATEGI PERENCANAAN KEUANGAN RUMAH TANGGA DI MASA PANDEMI COVID 19. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, *3*(1). https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i1.1429

Indrawarsih, R., & Ratri, A. M. (2023). Strategi Peningkatan Pendapatan Keluarga Nelayan Melalui Peran Perempuan: Studi Kasus pada Komunitas Nelayan Demak, Jawa Tengah. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, *9*(1). https://doi.org/10.15578/marina.v9i1.11743

Kotler et al. (2022). Marketing Management 16th ed. In *Pearson Practice Hall*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management MARKETING MANAGEMENT Marketing Management. In *Pearson Practice Hall* (Vol. 2, Issue 1).

Mulyadi, M. (2019). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya [Quantitative and Qualitative Research and Basic Rationale to Combine Them]. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, *15*(1), 128–138.

Nurlan, F. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif*. CV. Pilar Nusantara.

Parasan, P. M., & et al. (2023). Pengantar Ekonomi Mikro Buku 1. *EDUPEDIA Publisher*, *11*(1).

Rofatunnisa, S., Putra, R. A. C., & Ghania, S. (2024). Analisis Fluktuasi Harga Komoditas Pangan Terhadap Inflasi di Kalimantan Barat Tahun 2020-2023. *Agrimansion: Agribisnis Management and Extension*, *25*(3).

Sinta, T., & Pendidikan, P. (2020). *Economic Education Analysis Journal*. *9*(2), 552–568. https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39431

Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.

sukirno. (2016). Sadono Sukirno, makro Ekonomi , Edisi Ketiga. In *Sadono Sukirno, makro Ekonomi , Edisi Ketiga.*

Susanti, D. A., & Gunanto, E. Y. A. (2022). Factors Affecting Intention to Recommend Halal Cosmetic Products (Case Study in South Tangerang City). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, *9*(4).

Susilowati, S. H., & Saliem, H. P. (2013). Perdagangan Sorgum di Pasar Dunia dan Asia serta Prospek Pengembangannya di Indonesia. *Sorgum : Inovasi Teknologi Dan Pengembangan*.

Tjiptono, F. (2018). Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*.

Vina Hildayanti. (2025). PENGARUH FLUKTUASI HARGA KOMODITAS BERAS DAN MINYAK GORENG TERHADAP PENGENDALIAN INFLASI DI KOTA CIREBON TAHUN 2021-2023. *Jurnal Dinamika Sosial Dan Sains*, *1*(4). https://doi.org/10.60145/jdss.v1i4.85