

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS BIJI KOPI TERHADAP PENDAPATAN PETANI PADA DISTRIBUTOR JHODY DI KECAMATAN WARKUK RANAU SELATAN

Sally Maria Bramana¹, Evandry Deswana², Dwi Yuni Hartati³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen STIE Dwi Sakti Baturaja

¹sallymariabramanasemsi@gmail.com, ²edeswana.sipintar.stieds@gmail.com

, ³dwiyunihartati18005@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Biji Kopi Terhadap Pendapatan Petani pada Distributor Jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas biji kopi terhadap pendapatan petani pada distributor jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi didapat nilai R adalah sebesar 0,938 dapat diinterpretasikan bahwa analisis korelasi hubungan harga (X_1) dan kualitas biji kopi (X_2) terhadap variabel pendapatan (Y) adalah sangat kuat. Hasil koefisien determinasi atau *R Square* adalah sebesar 0,880 atau sama dengan 88%. Hal ini menunjukkan pendapatan (Y) dipengaruhi sebesar 88% kontribusi harga (X_1) dan kualitas biji kopi (X_2) sedangkan sisanya sebesar 12% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial dan simultan didapat bahwa terdapat pengaruh variabel harga dan kualitas biji kopi terhadap pendapatan petani pada Distributor Jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Biji Kopi, Pendapatan.

Abstract

This study discusses the Effect of Price and Quality of Coffee Beans on Farmers' Income at Jhody Distributors in Warkuk Ranau Selatan District. The method used in this research is descriptive method. The method used in this research is qualitative and quantitative analysis techniques. Based on the calculation of the correlation coefficient, the R value is 0.938, it can be interpreted that the correlation analysis of the relationship between price (X_1) and the quality of coffee beans (X_2) on the income variable (Y) is very strong. The result of the coefficient of determination or R Square is 0.880 or equal to 88%. This shows that income (Y) is influenced by 88% of the contribution of price (X_1) and coffee bean quality (X_2) while the remaining 12% is explained by other factors not explained in this study. Based on the results of partial and simultaneous hypothesis testing, it was found that there was an effect of the price and quality of coffee beans on farmers' income at Jhody Distributors in Warkuk Ranau Selatan District.

Keywords: Price, Quality of Coffee Beans, Income.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara dengan masyarakat yang sebagian besar hidup dari hasil pertanian dan perkebunan. Bahkan negara Indonesia juga merupakan salah satu negara yang hasil pertanian dan perkebunan di ekspor ke negara-negara lain. Salah satu hasil perkebunan di Indonesia yang cukup besar yaitu kopi, karena Indonesia merupakan wilayah dengan iklim tropis yang cocok untuk membudidayakan tanaman kopi. Tanaman kopi perlu



mendapat prioritas untuk dikembangkan, karena kopi mampu memberikan keuntungan yang cukup besar sehingga bisa menjadi sumber pendapatan petani. Tidak hanya itu, sebagian besar masyarakat juga banyak mengkonsumsi kopi sehingga kopi memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan memberikan kontribusi yang besar terhadap

perekonomian Negara serta dapat meningkatkan pendapatan petani kopi dimasa yang akan datang. Menurut Kusnadi (2018:2) pendapatan merupakan peningkatan harta kekayaan sehingga dapat mengakibatkan bertambahnya modal usaha tetapi tidak karena adanya tambahan modal dari pemilik usaha atau hutang melainkan melalui penjualan barang dan / atau jasa kepada pihak lain, karena penghasilan ini dapat dikatakan sebagai hasil dari layanan yang telah diberikan kepada pihak lain. Berdasarkan pengertian pendapatan tersebut maka dapat dikatakan bahwa pendapatan merupakan penambahan kekayaan atau penambahan sejumlah uang yang didapatkan dari hasil penjualan suatu barang atau jasa. Pendapatan dari hasil penjualan tentunya dipengaruhi oleh harga yang ada dipasaran serta kualitas barang yang dijual atau dapat diartikan bahwa pendapatan dapat dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk.

Harga merupakan sejumlah nominal uang yang dibebankan pada suatu produk (barang atau jasa), atau sejumlah nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Semakin meningkatkan permintaan atas suatu barang atau jasa dipasaran maka harga atas barang dan jasa tersebut akan menurun, begitu juga sebaliknya jika permintaan atas barang atau jasa dipasaran menurun maka harga akan meningkat (Kotler dan Armstrong, 2013:78). Sedangkan kualitas produk adalah tingkat mutu dari barang dan jasa yang diharapkan dan pengendalian keragaman untuk mencapai mutu tersebut agar memenuhi kebutuhan konsumen (Tjiptono, 2012:56). Dengan kualitas produk yang baik tentunya permintaan akan meningkat, sebaliknya jika kualitas barang dan jasa kurang baik tentunya permintaan akan barang dan jasa tersebut akan menurun.

Kecamatan Warkuk Ranau Selatan merupakan salah satu daerah yang sangat berpotensi dalam kegiatan pembudidayaan kopi karena kondisi lahan dan iklim yang sangat sesuai dengan syarat tumbuh dan berkembangnya. Pada tahun 2021, area perkebunan kopi di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan berjumlah 5.847 hektar, dengan hasil panen sekitar 3.894 ton pertahun dengan kata lain produktivitas petani kopi di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan hanya 0,67 ton per hektar pertahun (Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan). Petani Kopi di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan mayoritas menjual hasil kopinya kepada distributor

yaitu distributor Jhody. Distributor Jhody adalah salah satu distributor di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan yang membeli dan menyalurkan kembali hasil perkebunan kopi.

Permasalahan yang terjadi pada petani kopi di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan terutama di distributor Jhody bahwa beberapa tahun terakhir harga biji kopi mengalami penurunan hal ini tentunya dikarenakan Pandemi Covid-19, penurunan harga biji kopi tersebut membuat masyarakat mengeluh karena menurunnya pendapatan petani. Pandemi Covid-19 tidak hanya mempengaruhi harga biji kopi tetapi juga memberikan dampak yang sangat besar terhadap permintaan atas biji kopi. Dampak dari penurunan harga dan permintaan atas biji kopi membuat masyarakat kesulitan untuk memenuhi kebutuhan pengelolaan perkebunan kopi seperti pembelian pupuk dll, sehingga mengakibatkan kualitas dari biji kopi yang dihasilkan oleh petani memiliki kualitas yang kurang baik.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengambil judul mengenai **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Biji Kopi Terhadap Pendapatan Petani Pada Distributor Jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Kotler dan Amstrong (2001:75) yang menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah serangkaian proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan suatu nilai bagi para pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka agar tercipta suatu nilai dari para pelanggan tersebut. Kotler (2009:45) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu dalam memilih target pasar dan mendapatkan, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan membuat, memberikan, dan mengkomunikasikan nilai konsumen yang superior.

Menurut Assauri (2013:12) Manajemen Pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan program-program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan keuntungan dari pertukaran atau transaksi melalui sasaran pasar dengan harapan untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang. Dari definisi para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa Manajemen Pemasaran adalah serangkaian proses perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian operasi pemasaran

total, termasuk tujuan perumusan tujuan pemasaran, kebijakan pemasaran, program pemasaran dan strategi pemasaran.

Harga

Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah menurut waktu dan tempatnya. Harga bukan hanya angka-angka yang tertera dilabel suatu kemasan atau rak toko, tapi harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi. Menurut Kotler dan Keller (2012:67), harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga

Dalam kenyataan, tingkat harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Dharmesta dan Irawan (2017:242) dikemukakan sebagai berikut:

a. Keadaan perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku, pada periode resesi. Misalnya, merupakan suatu periode dimana harga berada pada suatu tingkat yang lebih rendah dan ketika ada keputusan pemerintah tentang nilai tukar rupiah dengan mata uang asing, maka akan timbul reaksi-reaksi dari kalangan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis, reaksi spontan dari keputusan itu adanya kenaikan harga-harga.

b. Penawaran dan permintaan

Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang di minta lebih besar, sedangkan harga yang tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

c. Elastisitas permintaan

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat penentuan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume ini berbanding terbalik.

d. Persaingan

Harga jual beberapa makanan barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga yang lebih tinggi kepada pembeli yang lain.

e. Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian.

Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:278) Ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

a) Keterjangkauan harga

Harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka dapat dijangkau oleh para konsumennya. Harga yang sesuai dan terjangkau tentunya akan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk mereka.

b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produknya sesuai dengan kualitas produk yang mereka hasilkan, misalnya jika harganya tinggi maka kualitas produk yang diberikan pun memiliki kualitas yang tinggi sehingga konsumen pun merasa tidak keberatan jika membeli produk tersebut.

c) Daya saing harga

Dalam pasar, perusahaan sebaiknya juga memperhatikan bahwa harga yang diberikan memiliki daya saing yang tinggi terhadap para kompetitornya. Jika harga yang diberikan terlampaui tinggi di atas harga para kompetitor maka produk tersebut tidak memiliki daya saing yang baik.

d) Kesesuaian harga dengan manfaat.

Manfaat produk yang dimiliki harus sesuai dengan harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka. Ada baiknya jika harga yang tinggi memiliki manfaat produk yang tinggi pula.

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan gambaran seluruh dimensi produk yang ditawarkan dan menghasilkan manfaat dan nilai bagi konsumen (Tjiptono & Chandra, 2012:76). Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012:49) mengemukakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk

memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2016:146) secara umum faktor yang mempengaruhi kualitas produk tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua hal, yaitu:

1. Faktor yang berkaitan dengan teknologi, yaitu mesin, bahan dan perusahaan.
2. Faktor yang berkaitan dengan *human resources*, yaitu operator, mandor dan personal lain dari perusahaan.

Faktor terpenting bagi perusahaan adalah manusia (sumber daya manusia), karena dengan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi perusahaan dapat menciptakan suatu produk yang berkualitas tinggi pula. Tjiptono berpendapat bahwa faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk, yaitu :

- a. Kinerja (*Performance*), karakteristik operasi dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Keandalan (*Realibility*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- e. Daya tahan (*Durability*), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan produk.
- f. *Service ability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceives quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Indikator Kualitas Produk

Menurut Garvin dalam Tjiptono dan Chandra (2012:57) kualitas produk dapat diukur melalui beberapa dimensi sebagai berikut.

- a. Kinerja (*performance*) Karakteristik operasi dasar dari suatu produk. Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut yang dapat diukur dan aspek-aspek kinerja individu lainnya.
- b. Fitur (*features*) Karakteristik pelengkap khusus yang bisa menambah pengalaman produk. Fitur diartikan sebagai fungsi tambahan yang dapat menambah kelebihan produk atau keistimewaan yang dimiliki produk. Dalam hal ini fitur biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk.
- c. Keandalan (*reliability*) Keandalan produk yang dinyatakan dengan kualitas produk tersebut.
- d. Konformansi (*conformance*) Sejauh mana operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu. Dimensi ini melihat kualitas produk dari sisi apakah bentuk, ukuran, warna, berat dan lain-lain sesuai dengan yang diinginkan dan apakah pengoperasiannya sesuai dengan standard yang ditentukan.
- e. Daya tahan (*durability*) Secara teknis daya tahan didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat dari jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.
- f. Kemampuan memperbaiki (*serviceability*) Kualitas produk ditentukan atas dasar kemampuan memperbaiki, mudah, cepat, dan kompeten serta kemampuan produk dalam memberikan pelayanan. Hal ini juga sering dikaitkan dengan suku cadang dan pusat pelayanan perbaikan.
- g. Estetika (*aesthetics*) Menyangkut penampilan produk yang dapat menunjukkan keindahan produk. Dimensi ini menyangkut dari corak, warna, daya tarik dan lain-lain yang mampu memberikan daya tarik kepada konsumen.

Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*) Kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi produk. Dimensi ini bagian dari persepsi konsumen terhadap nama besar, reputasi perusahaan dan kualitas produk. Dari dimensi ini, kualitas adalah bagian terbesar dari kesan pelanggan terhadap produk.

Pendapatan

Pendapatan merupakan tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan. Sebagai suatu organisasi yang berorientasi profit maka pendapatan mempunyai peranan yang sangat besar. Pendapatan merupakan faktor penting dalam operasi suatu perusahaan, karena pendapatan akan mempengaruhi tingkat laba yang diharapkan akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Ikatan Akuntan Indonesia (2019:22) mengungkapkan dalam Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) mendefinisikan Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti dan sewa.

Menurut Harnanto (2019:102) menuliskan bahwa pendapatan adalah “kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya. Menurut Sohib (2018:47) pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang/jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu. Bagi perusahaan, pendapatan yang diperoleh atas operasi pokok akan menambah nilai aset perusahaan yang pada dasarnya juga akan menambah modal perusahaan. Namun untuk kepentingan akuntansi, penambahan modal sebagai akibat penyerahan barang atau jasa kepada pihak lain dicatat tersendiri dengan akun pendapatan.

Sumber Pendapatan

Pendapatan (*Revenue*) suatu perusahaan selain memperoleh pendapatan yang berasal dari kegiatan utama juga memperoleh pendapatan yang berasal dari kegiatan transaksi lainnya, maka pendapatan dapat dibedakan dalam dua kelompok yaitu Pendapatan Operasional (*Operating Revenue*) dan Pendapatan Non Operasional (*Non Operating Revenue*) (Ikatan Akuntan Indonesia, 2019:24).

- a. Pendapatan Operasional (*Operating Revenue*) merupakan hasil yang didapat langsung dari kegiatan operasional suatu perusahaan sebagai hasil usaha pokok yang dilakukan oleh perusahaan. Pendapatan operasional merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar perusahaan yang akan menjadi keuntungan.
- b. Pendapatan Non operasional (*Non Operating Revenue*) merupakan pendapatan yang diterima oleh perusahaan yang tidak ada hubungannya dengan usaha pokok yang dilakukan perusahaan dalam kegiatannya.

Indikator Pendapatan

Menurut Noor (2013:401) Indikator yang digunakan untuk mengukur pendapatan suatu bisnis adalah sebagai berikut:

a. Kemampuan mendapat laba

Dari uraian diatas tujuan bisnis adalah laba. Untuk itu dapat disederhanakan sebagai berikut :
bisnis = fungsi (laba).

b. Produktifitas dan efisiensi

Laba suatu usaha didapat dari selisih antara pendapatan dengan biaya. Laba akan maksimum bila pendapatan dapat dimaksimumkan, sementara biaya diminimumkan. Pada suatu perusahaan, berasal dari penjualan barang dan jasa yang dihasilkan produksinya. Dengan demikian, maka besar kecilnya produktifitas suatu usaha sangat menentukan besar kecilnya produksi, yang mempengaruhi penjualan, dan pada akhirnya akan menentukan besar kecilnya pendapatan, yang mempengaruhi besar kecilnya laba yang didapat oleh perusahaan yang bersangkutan.

c. Daya saing

Modal produktifitas dan efisiensi yang sudah dimiliki oleh perusahaan tingkat mikro harus ditingkatkan menjadi daya saing untuk menghadapi pasar tingkat makro. Tanpa memiliki daya saing yang memadai sulit bagi perusahaan untuk dapat bertahan hidup ditengah persaingan yang semakin ketat saat ini.

d. Kompetensi dan etika usaha

Etika bisnis perlu diterapkan secara konsisten untuk menjamin adanya wawasan dan muatan moral dalam perusahaan. Perusahaan –perusahaan yang telah menerapkan konsep etika bisnis akan melakukan kegiatan usaha mereka secara transparan dan bertanggung jawab.

e. Terbangunnya kepercayaan atau amanah dari masyarakat luas.

Bila kedua hal diatas (kompetensi dan etika) dapat diwujudkan dalam operasinya, maka perusahaan telah membangun pondasi untuk timbulnya amanah atau *trust* dari para *stakeholder* kepada perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Distributor Jhody di Desa Kiwis Raya Kabupaten Ogan

Komering Ulu Selatan. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah kelompok tani pada Distributor Jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 60 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif dan kuantitatif.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Adapun hasil perhitungan uji validitas Variabel Harga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Harga (X₁)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r _{tabel}	Keputusan
Harga (X ₁)	Pernyataan 1	0,889	0,2542	Valid
	Pernyataan 2	0,904	0,2542	Valid
	Pernyataan 3	0,505	0,2542	Valid
	Pernyataan 4	0,902	0,2542	Valid
	Pernyataan 5	0,318	0,2542	Valid

Sumber : Data primer (diolah), Juni 2022.

Dari hasil jawaban responden dapat diketahui hasil uji validitas variabel harga (X₁) nilai r hitung untuk masing-masing butir pernyataan bernilai antara 0,318 sampai 0,904, sedangkan r tabel dari 60 responden diperoleh nilai sebesar 0,2542. Hal ini berarti semua nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan tersebut valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam pengujian statistik.

Hasil uji validitas variabel Kualitas Biji Kopi (X₂) dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Kualitas Biji Kopi (X₂)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r _{tabel}	Keputusan
Kualitas Biji Kopi (X ₂)	Pernyataan 1	0,533	0,2542	Valid
	Pernyataan 2	0,566	0,2542	Valid
	Pernyataan 3	0,455	0,2542	Valid
	Pernyataan 4	0,529	0,2542	Valid
	Pernyataan 5	0,566	0,2542	Valid

Sumber : Data primer (diolah), Juni 2022.

Dari hasil jawaban responden dapat diketahui hasil uji validitas variabel kualitas produk (X₂) nilai r hitung untuk masing-masing butir pernyataan bernilai antara 0,455 sampai 0,566

sedangkan r tabel dari 60 responden diperoleh nilai sebesar 0,2542. Hal ini berarti semua nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan tersebut valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam pengujian statistik.

Adapun hasil uji validitas untuk variabel Pendapatan (Y) dijabarkan pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Pendapatan(Y)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r _{tabel}	Keputusan
Pendapatan (Y)	Pernyataan 1	0,499	0,2542	Valid
	Pernyataan 2	0,543	0,2542	Valid
	Pernyataan 3	0,416	0,2542	Valid
	Pernyataan 4	0,579	0,2542	Valid
	Pernyataan 5	0,312	0,2542	Valid

Sumber : Data primer (diolah), Juni 2022.

Dari hasil jawaban responden dapat diketahui hasil uji validitas variabel pendapatan (Y) nilai r hitung untuk masing-masing butir pernyataan bernilai antara 0,312 sampai 0,579 sedangkan r tabel dari 60 responden diperoleh nilai sebesar 0,2542. Hal ini berarti semua nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan tersebut valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam pengujian statistik.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:23), uji reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuisioner merupakan dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS (*statistical product and service solution*) memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* (α). suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keputusan
1	Harga(X ₁)	0,868	0,60	Reliabel
2	Kualitas Produk(X ₂)	0,760	0,60	Reliabel
3	Pendapatan(Y)	0,712	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer (diolah), Juni 2022.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4 dapat disimpulkan bahwa nilai reliabilitas *alpha cronbach* variabel harga, kualitas biji kopi dan pendapatan diatas 0,6 maka dapat

disimpulkan bahwa kuesioner adalah reliabel. Sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh variabel X_1 (harga) dan X_2 (kualitas biji kopi) dengan variabel Y (pendapatan) dengan persamaan regresi pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS versi 23.0, hasil analisis data yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.576	.921		1.712	.092
	Harga	.177	.057	.214	3.103	.003
	Kualitas Produk	.746	.067	.768	11.151	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan

Sumber : Data primer (diolah), Juni 2022

Dari tabel 5.diperoleh suatu persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,576 + 0,177 X_1 + 0,746 X_2$$

1. Nilai konstantaa = 1,576 berarti bahwa pendapatan akan bernilai sebesar 1,576 jika variabel harga(X_1), kualitas biji kopi (X_2)sama dengan nol.
2. Nilai harga (X_1) $b_1 = 0,177$, menunjukkan setiap peningkatan satu satuan pada variabel harga (X_1) akan merubah pendapatan (Y) sebesar 0,177 dengan catatan tidak ada faktor lain yang mempengaruhi.
3. Nilai kualitas biji kopi (X_2) $b_2 = 0,746$, menunjukkan setiap peningkatan satu satuan pada variabel kualitas biji kopi (X_2) akan merubah pendapatan (Y) sebesar 0,746 dengan catatan tidak ada faktor lain yang mempengaruhi.

Analisis Korelasi Linear Berganda

Hasil analisis korelasi antara variabel harga (X_1) dan kualitas biji kopi (X_2) terhadap pendapatan (Y) dengan bantuan SPSS versi 23.0 adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Korelasi Linear Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.938 ^a	.880	.876	.92984

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber : Data primer (diolah), Juni 2022.

Dari hasil analisis diketahui nilai R adalah sebesar 0,938 dapat diinterpretasikan bahwa analisis korelasi hubungan harga (X_1) dan kualitas biji kopi (X_2) terhadap variabel pendapatan (Y) adalah sangat kuat karena berada pada interval 0,800 – 1,000.

Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel harga dan kualitas biji kopi terhadap pendapatan petani pada Distributor Jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.938 ^a	.880	.876	.92984

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber : Data primer (diolah), Juni 2022.

Berdasarkan tabel 7. didapat hasil koefisien determinasi atau *R Square* adalah sebesar 0,880 atau sama dengan 88%. Hal ini menunjukkan pendapatan (Y) dipengaruhi sebesar 88% kontribusi harga (X_1) dan kualitas biji kopi (X_2) sedangkan sisanya sebesar 12% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji apakah variabel harga dan kualitas biji kopi terhadap pendapatan petani pada Distributor Jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan dilakukan dengan membandingkan t_{tabel} dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1 = 60 - 2 - 1 = 57$. tingkat signifikan 0,05 dari taraf keyakinan 95%, pada tabel 33 adalah sebesar 2,00247 dengan t_{hitung} pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Pengujian Uji t

Variabel Bebas	t_{hitung}	t_{tabel}	Keputusan
Harga (X_1)	3,103	2,00247	Ho Ditolak, Ha diterima
Kualitas Biji Kopi (X_2)	11,151	2,00247	Ho Ditolak, Ha diterima

Sumber : Data primer (diolah), Juni 2022

Diketahui t_{hitung} dari variabel Harga (X_1) adalah sebesar 3,103. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,103 > 2,00247$), hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh harga terhadap pendapatan petani pada Distributor Jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan.

Diketahui t_{hitung} dari variabel kualitas biji kopi (X_2) adalah sebesar 11,151. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,151 > 2,00247$), hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh kualitas biji kopi terhadap pendapatan petani pada Distributor Jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F merupakan uji secara simultan variabel harga dan kualitas biji kopi terhadap pendapatan petani pada Distributor Jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan. Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} dengan derajat kebebasan $df_1 = \text{jumlah variabel} - 1 = 3 - 1 = 2$ dan $df_2 = n - k - 1 = 60 - 2 - 1 = 57$, tingkat signifikan 0,05 dari taraf keyakinan 95% pada tabel $df_1=2$ dan $df_2=57$ adalah 3,16 dengan F_{hitung} pada tabel berikut:

Tabel 9. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	361.967	2	180.984	209.325	.000 ^b
	Residual	49.283	57	.865		
	Total	411.250	59			

a. Dependent Variable: Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber : Data primer (diolah), Juni 2022.

Berdasarkan tabel 9, didapatkan F_{hitung} sebesar 209,325. Hasil tersebut kemudian dibandingkan dengan F_{tabel} tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$ dengan F_{tabel} 3,16. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $209,325 > 3,16$, maka keputusan H_0 ditolak H_a diterima, artinya terdapat

pengaruh variabel harga dan kualitas biji kopi terhadap pendapatan petani pada Distributor Jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil regresi linier berganda didapatkan persamaan $Y = 1,576 + 0,177 X_1 + 0,746 X_2$. Nilai R adalah sebesar 0,938 dapat diinterpretasikan bahwa analisis korelasi hubungan harga (X_1) dan kualitas biji kopi (X_2) terhadap variabel pendapatan (Y) adalah sangat kuat. Hasil koefisien determinasi atau *R Square* adalah sebesar 0,880 atau sama dengan 88%. Hal ini menunjukkan pendapatan (Y) dipengaruhi sebesar 88% kontribusi harga (X_1) dan kualitas biji kopi (X_2) sedangkan sisanya sebesar 12% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Hasil uji hipotesis Diketahui t_{hitung} dari variabel Harga (X_1) adalah sebesar 3,103. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,103 > 2,00247$), hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh harga terhadap pendapatan petani pada Distributor Jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan. Diketahui t_{hitung} dari variabel kualitas biji kopi (X_2) adalah sebesar 11,151. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,151 > 2,00247$), hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh kualitas biji kopi terhadap pendapatan petani pada Distributor Jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan. Uji hipotesis simultan didapatkan F_{hitung} sebesar 209,325. Hasil tersebut kemudian dibandingkan dengan F_{tabel} tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$ dengan F_{tabel} 3,16. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $209,325 > 3,16$, maka keputusan H_0 ditolak H_a diterima, artinya terdapat pengaruh variabel harga dan kualitas biji kopi terhadap pendapatan petani pada Distributor Jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka penelitian ini dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Hendaknya petani pada Distributor Jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan lebih mempertahankan kualitas biji kopi agar nilai jual biji kopi yang ada di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan tetap stabil atau bahkan mengalami peningkatan.

2. Hendaknya Distributor Jhody di Kecamatan Warkuk Ranau Selatan memperhatikan harga yang diberikan terhadap petani agar petani kopi tidak mengalami kerugian dan dapat meningkatkan kesejahteraan petani kopi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2016. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta. Jakarta.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan. 2015. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty. Yogyakarta.
- Basuki. 2016. Metode Penelitian. Jakarta. Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.
- Crisdandi, P. 2015. Pengaruh Biaya Pemeliharaan dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Petani Cengkeh Di Desa Tirta Sari Pada Tahun 2014. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE), 5 (1).
- Dharmesta dan Irawan. 2017. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty. Yogyakarta.
- Fayol Henry, 2016. dialih bahasa M Ladzi Safroni. Manajemen Reformasi Pelayanan Publik
- G.R Terry. 2016 .Prinsip-prinsip Manajemen. PT.Bumi Aksara.
- Harnanto. 2019. Akuntansi Perpajakan. Yogyakarta: BPFE
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). 2019. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 1: Penyajian Laporan Keuangan. Jakarta: IAI.
- Kotler dan Armstrong. 2013. Dasar-dasar Pemasaran. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Keller, K . 2009. Manajemen Pemasaran. Indeks. Jakarta.
- Kusnadi. 2018. Filosofi Pemberdayaan Masyarakat Pesisir. Humaniora. Bandung.
- Nazir, Moh. 2015. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Noor, Henry Faizal. 2013. Ekonomi Manajerial. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ridwan dan Sunarto. 2016. Metode dan Teknik Menyusun Tesis. Alfabeta. Bandung.
- Sochib. 2018. Buku Ajar Pengantar Akuntansi. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sugiyono, 2018. Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto. 2011. Teori, Kuesioner dan Analisis Data. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- T.Hani Handoko, 2019. Manajemen Edisi ke dua, Yogyakarta: BPFEHasibuan. 2015
- Tjiptono dan Chandra. 2012. Pemasaran Strategi. Andi. Yogyakarta
- Triyudi, Evan. 2019. Pengaruh Harga Kopi Terhadap Pendapatan Petani Pada Distributor Al-Azaam Di Kecamatan Sungai Are Kabupaten OKU Selatan. Skripsi STIE
- Tuanakotta, Theodorus M. 2011. Berpikir Kritis dalam Auditing. Jakarta. Salemba Empat.
- Wibsono. 2013. Metode Penelitian & Analisis Data. Salemba Medika. Jakarta.