SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN BIAYA PRODUKSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN KOPI DI DESA LETTA KABUPATEN PINRANG

OLEH

HARMIATI BT JUMAING
NIM. 2220203862202024

PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2026

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PENGARUH HARGA DAN BIAYA PRODUKSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN KOPI DI DESA LETTA KABUPATEN PINRANG

OLEH

HARMIATI BT JUMAING
NIM. 2220203862202024

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.) Pada Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2026

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi	:	Pengaruh Harga dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang
Nama Mahasiswa	:	Harmiati Bt Jumaing
Nomor Induk Mahasiswa	:	2220203862202024
Program Studi	:	Akuntansi Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing	:	SK. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor : B 3656/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama	:	Ira Sahara, M.Ak.	(.....)
NIP	:	199012 20 201903 2 016	

Mengetahui:
Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 19710208 200112 2 002

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi	:	Pengaruh Harga dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang
Nama Mahasiswa	:	Harmiati Bt Jumaing
Nomor Induk Mahasiswa	:	2220203862202024
Program Studi	:	Akuntansi Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing	:	SK. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor : B 3656/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2025
Tanggal Ujian	:	30 April 2026

Disahkan Oleh Komisi Penguji:

Ira Sahara, M.Ak.	(Ketua)	(.....)
Sulkarnain, M.Si.	(Anggota)	(.....)
Rismala, M.Ak.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:
Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 19710208 200112 2 002

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

الْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ وَالصّلَاةُ وَالسّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَ نْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ وَعَلى اَلِهِ وصَحْبِهِ أَجْـمَـعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Ucapan syukur sedalam-dalamnya penulis panjatkan kehadirat Allah swt. Karena berkat limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada tingkat strata dan memperoleh gelar sebagai Sarjana Akuntansi (S.Akun.) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Pertama-tama penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada orang tua tercinta, yakni ibu Kartini yang telah melahirkan, menyayangi, dan memberikan semangat, bimbingan serta doa sehingga penulis diberikan kemudahan dan petunjuk oleh Allah Swt. Dalam menyelesaikan proses perkuliahan.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari ibu Ira Sahara, M.Ak selaku pembimbing utama sekaligus dosen pembimbing akademik. Atas segala bimbingan dan bantuan yang diberikan, penulis mengucapkan banyak terimah kasih. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah berkontribusi dalam mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdiannya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa/i.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

3. Ibu Sri Wahyuni Nur, M.Ak. Sebagai Ketua prodi Akuntansi Syariah, atas pengabdiannya dalam mengembangkan kemajuan prodi yang unggul.
4. Bapak Sulkarnain, M.Si., selaku penguji utama I dan Ibu Rismala, M.Ak., selaku penguji utama II yang telah meluangkan waktunya dan memberikan arahan.
5. Bapak dan Ibu staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu.
6. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani perkuliahan di IAIN Parepare.
7. Para petani kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian pada petani kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang dan telah memberikan bahan informasi dalam proses penyusunan skripsi.
8. Keluarga besar peneliti yang selalu mendukung dan membantu memberi motivasi kepada penulis.
9. Teman-teman seperjuangan terkhusus angkatan 2022 Program Studi AKS Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, kemudian teman-teman lembaga IPMAL, Teman-teman KKN reguler khususnya posko 01 kacamatan Kulo desa Rijang Panua serta teman-teman dari rodina squad, sahabat surga dan seseorang yang senantiasa memberi semangat dan pengalaman yang luar biasa.
10. Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas selaga rahmat dan kasih sayang-nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan penuh kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan, dan bantuan dalam setiap proses yang dilalui.

Penulis berharap skripsi ini menjadi amal jariyah dan bermanfaat sebagai referensi. Penulis juga sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa depan.

Parepare, 20 Februari 2026
Penulis



Harmiati Bt Jumaing

NIM.2220203862202024

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	: Harmiati Bt Jumaing
NIM	: 2220203862202024
Tempat/Tgl Lahir	: Solang, 01 Mei 2005
Program Studi	: Akuntansi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: Pengaruh Harga dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

Menyatakan dengan sesungguh-sungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, apabila dikemudian hari terbukti bahwa tulisan saya adalah hasil duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain baik sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 20 Februari 2026

Penulis

Harmiati Bt Jumaing

NIM.2220203862202024

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ABSTRAK

Harmiati Bt Jumaing, *Pengaruh Harga dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.* (Dibimbing Ira Sahara).

Petani kopi kerap menghadapi tantangan dalam memperhitungkan biaya produksi secara menyeluruh dan cenderung menetapkan harga jual berdasarkan fluktuasi pasar tanpa perhitungan yang akurat. Kondisi ini berpotensi mempengaruhi volume penjualan dan keuntungan yang diperoleh. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan biaya produksi terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Data yang digunakan berupa data primer dan sekunder melalui kuesioner kepada 75 responden dengan teknik sampling jenuh. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS versi 31.0.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, sedangkan biaya produksi tidak berpengaruh signifikan. Namun secara simultan, harga dan biaya produksi berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengungkapan perilaku petani dalam menetapkan harga yang lebih dipengaruhi oleh fluktuasi harga pasar dibandingkan perhitungan biaya produksi secara menyeluruh.

Kata kunci: *harga, biaya produksi, volume penjualan kopi.*

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN JUDUL ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI iv
KATA PENGANTAR v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI viii
ABSTRAK ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI xvi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah. 8
C. Tujuan Penelitian. 8
D. Manfaat Penelitian. 9
BAB II TINJAUAN TEORI. 11
A. Tinjauan Penelitian Relevan. 11
B. Tinjauan Teori 17
C. Kerangka Pikir 31
D. Hipotesis Penelitian 31
BAB III METODE PENELITIAN 35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian. 36
C. Populasi dan Sampel. 36

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data. 37
E. Definisi Operasional Variabel. 39
F. Instrumen Penelitian. 42
G. Teknik Analisis Data. 43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 48
A. Deskripsi Hasil Penelitian. 48
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data. 54
C. Pembahasan. 68
BAB V PENUTUP 75
A. Simpulan 75
B. Saran 77
DAFTAR PUSTAKA 78
LAMPIRAN I
BIODATA PENULIS XXVI

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR TABEL

NO.	JUDUL	HALAMAN
1.1	Data Hasil Panen dan Harga Kopi	8
3.1	Definisi Operasional Variabel	40
3.2	Skala Likert	42
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4.3	Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga(X1)	49
4.4	Distribusi Jawaban Responden Variabel Biaya Produksi (X2)	51
4.5	Distribusi Jawaban Responden Variabel Volume Penjualan Kopi(Y)	52
4.6	Hasil Analisis *Descriptive Statistics*	54
4.7	Hasil Uji Validitas Variabel X1 dan X2	56
4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Y	57
4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 dan X2	58
4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	58
4.11	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	59
4.12	Hasil Uji Multikolinieritas	61
4.13	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	63
4.15	Hasil Uji T (Parsial)	65
4.16	Hasil Uji F (Simultan)	67
4.17	Uji R2 (Koefisien Determinasi)	68

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR GAMBAR

NO.	JUDUL	HALAMAN
2.1	Kerangka Pikir	31
4.1	Hasil Uji Grafik P-Plot	60
4.2	Hasil Uji Histogram	60
4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	62

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR LAMPIRAN

NO.	JUDUL	HALAMAN
1	Instrumen Penelitian	II
2	Surat Ketetapan Pembimbing Skripsi	VII
3	Surat Izin Melaksanakan Penelitian	VIII
4	Surat Rekomendasi Izin Melaksanakan Penelitian Dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pinrang	IX
5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	X
6	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	X
7	Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga (X1)	X
8	Distribusi Jawaban Responden Variabel Biaya Produksi (X2)	XI
9	Distribusi Jawaban Responden Variabel Volume Penjualan Kopi (Y)	XII
10	Hasil Analisis *Descriptive Statistics*	XIII
11	Hasil Uji Validitas Variabel X1 Dan X2	XIV
12	Hasil Uji Validitas Variabel Y	XVII
13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 Dan X2	XVIII
14	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	XVIII
15	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	XIX
16	Hasil Uji Grafik P-Plot	XX
17	Hasil Uji Histogram	XX
18	Hasil Uji Multikolinieritas	XXI
19	Hasil Uji Heteroskedastisitas	XXI
20	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	XXII
21	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	XXII

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

22	Hasil Uji T (Parsial)	XXII
23	Hasil Uji F (Simultan)	XXIII
24	Hasil Uji R2 (Koefisien Determinasi)	XXIII
25	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	XXIV
26	Dokumentasi Penelitian	XXV
27	Biodata Penulis	XXVI

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	*Alif*	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	*Ba*	B	Be
ت	*Ta*	T	Te
ث	*Śa*	Ṡ	Es (dengan titik diatas)
ج	*Jim*	J	Je
ح	*Ḥa*	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	*Kha*	Kh	Ka dan Ha
د	*Dal*	D	De
ذ	*Dhal*	Dh	De dan Ha
ر	*Ra*	R	Er
ز	*Zai*	Z	Zet
س	*Sin*	N	Es
ش	*Syin*	Sy	Es dan Ye

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ص	*Ṣad*	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	*Ḍad*	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	*Ṭa*	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	*Ẓa*	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	*‘Ain*	‘	Koma Terbalik Keatas
غ	*Gain*	G	Ge
ف	*Fa*	F	Ef
ق	*Qof*	Q	Qi
ك	*Kaf*	K	Ka
ل	*Lam*	L	El
م	*Mim*	M	Em
ن	*Nun*	N	En
و	*Wau*	W	We
ه	*Ha*	H	Ha
ء	*Hamza h*	’	Apostrof
ي	*Ya*	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak ditengah atau diakhir, maka ditulis dengan tanda (’).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Vokal

a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	*Fathah*	A	A
إ	*Kasrah*	I	I
أ	*Dammah*	U	U

b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَيْ	*Fathah* dan *Ya*	Ai	a dan i
ـَوْ	*Fathah* dan *Wau*	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ: *kaifa*

حَوْلَ: *haula*

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, tranliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـَـي/ـَا	*Fathah* dan *Alif* atau *Ya*	Ā	a dan garis diatas
ـِـيْ	*Kasrah* dan *Ya*	Ī	i dan garis diatas
ـُـوْ	*Dammah* dan *Wau*	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : *Māta*

رَمَى : *Ramā*

قِيْلَ : *Qīla*

يَمُوْتُ : *yamūtu*

4. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

a. *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t].

b. *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h).*

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Contoh:

رَوْضَةُالخَنّةِ : *Raudah al-jannah atau Raudatul jannah*

اَلْمَدِيْنَةُالْفَاضِلَةِ : *Al-madīnah al-fādilah atau Al-madīnatul fādilah*

اَلْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

5. *Sayddah* (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

اَلْحَقُّ : *Al-Haqq*

اَلْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعِّمَ : *Nu'ima*

عَدُوٌّ : *'Aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ـِيّ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

عَلِيٌّ :"Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ا (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah.* Kata sandang tidak mengikuti bunyi

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

اَلْشَمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

اَلزَّلْزَلَة : *al-zalzalah* (bukan *az-zalzalah*)

اَلْفَلسَفَةُ : *al-falsafah*

اَلْبِلاَدُ : *al-biladu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif.

Contoh:

تأمُرُوْنَ : *ta’muruna*

اَلنَّوْءُ : *al-nau’*

شَيْءٌ :*syai’un*

اُمِرْتُ : *umirtu*

8. Kata Arab yang Lazim Digunakan Dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Al-Qur’an (dar Qur’an), Sunnah.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fi zilal al-qur’an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibarat bi ‘umum al-lafz la bi khusus al-sabab

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

9. Lafz al-jalalah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudaf ilahi (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِيْنُ اللَّهِ : *dinullah*

بِا للَّهِ : *billah*

Adapun ta marbutah di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al-jalalah, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِاللَّهِ : *hum fi rahmmatillah*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-).

Contoh:

Wa ma Muhammadun illa rasul

Inna awwala baitin wudi'a linnasi lalladhi bi Bakkata mubarakan

Syahru Ramadan al-ladhi unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusi

Abu Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (*bukan: *Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu)*

Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi Abu Zaid,Nasr Hamid (bukan: Zaid,Nasr Hamid Abu)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	*subḥānahūwata'āla*
saw.	=	*ṣallallāhu 'alaihi wasallam*
a.s.	=	*'alaihi al- sallām*
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS…/…: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون
صلعم	=	ﷺ
ط	=	طبعة
بن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	جزء

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

Ed	:	Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata "editor berlaku baik untuk satu atau lebih editor, makai a bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s)
et al.	:	"Dan lain-lain" atau "dan kawan-kawan" (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkat dkk. ("dan kawan-kawan") yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
Cet.	:	Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
Terj.	:	Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
Vol.	:	Volume. Dipakai untuk menunjukkan umlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
No.	:	Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmkiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sendiri dikenal sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar dunia dengan kontribusi yang signifikan terhadap total ekspor kopi global. Meskipun demikian, terdapat tantangan serius yang dihadapi oleh para pelaku industri kopi nasional, di antaranya produktivitas lahan yang masih rendah, keterbatasan teknologi, serta isu keberlanjutan dan daya saing di pasar ekspor yang semakin kompetitif.

Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa meskipun Indonesia termasuk dalam empat besar negara pengekspor kopi dunia, produktivitas dan efisiensi rantai pasok kopi nasional masih berada di bawah potensi optimalnya. Berdasarkan data Aprianti dkk. Produktivitas kopi Indonesia hanya mencapai sekitar 700 kg/ha per tahun, jauh di bawah potensi optimal sebesar 1200 kg/ha. Ketimpangan ini terjadi karena berbagai faktor seperti penggunaan teknologi budidaya yang belum optimal, kualitas sumber daya manusia yang masih terbatas, serta terbatasnya akses terhadap pasar ekspor yang menjanjikan. Hal ini menjadi lebih kompleks ketika dikaitkan dengan kenyataan bahwa sebagian besar produksi kopi nasional masih didominasi oleh petani kecil dengan kapasitas produksi yang terbatas Fromm. Dalam konteks ini, upaya untuk meningkatkan daya saing kopi Indonesia, khususnya kopi spesialti seperti Kopi Toraja, menjadi sangat mendesak dan memerlukan pendekatan multidimensional yang melibatkan berbagai variabel strategis.[1]

1 Relind Veni Pole Paitung, Muhammad Yusuf Saleh, and Miah Said, 'Pengaruh Harga, Volume Produksi Dan Kualitas Ekspor Terhadap Daya Saing Kopi Toraja Pada PT Toarco Jaya', *Journal of Economy Business Development*, 3.1 (2025), 118–26 <https://doi.org/10.56326/jebd.v3i1.2669>.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Sebagai bagian dari sektor perkebunan nasional, tunduk pada kerangka hukum yang mengatur harga, biaya produksi, dan mekanisme perdagangan untuk memastikan keadilan, keberlanjutan, dan perlindungan bagi petani kecil. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2014 tentang Perkebunan memberikan landasan yuridis bagi pengelolaan lahan dan produksi kopi, dengan ketentuan yang mewajibkan praktik berkelanjutan seperti penggunaan bahan organik, yang dapat meningkatkan biaya produksi (misalnya, biaya sertifikasi dan pengendalian hama) tetapi melindungi hak petani dari eksploitasi. Pelanggaran, seperti penggunaan lahan ilegal, dapat dikenai sanksi sesuai Pasal 95 UU tersebut, yang berpotensi mengurangi volume penjualan jika petani kehilangan akses produksi.

Peraturan Menteri Pertanian Nomor 21 Tahun 2023 tentang Pengembangan Kopi lebih lanjut mengatur standar mutu dan pengendalian biaya, seperti kewajiban sertifikasi SNI atau organik, yang menaikkan biaya produksi tetapi membuka akses ke pasar premium, sehingga mempengaruhi volume penjualan melalui peningkatan nilai jual. Dalam aspek harga, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan memungkinkan intervensi pemerintah melalui Badan Pengatur Hilir atau BUMN untuk menetapkan harga acuan, guna mencegah fluktuasi harga yang merugikan petani di Desa Letta, seperti yang terjadi akibat volatilitas pasar global.[2]

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penetapan Harga Acuan Komoditas Strategis secara spesifik mengatur harga kopi berdasarkan data pasar, dengan mekanisme penyesuaian yang dapat mendukung volume penjualan jika harga lokal stabil. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang penyelenggaraan perizinan berusaha berbasis risiko mengatur ekspor kopi, di mana harga ekspor harus sesuai standar internasional untuk menghindari dumping, yang berpotensi meningkatkan volume penjualan melalui akses pasar global. Secara keseluruhan, kerangka yuridis ini bertujuan menstabilkan harga dan mengontrol biaya

2 Permentan, 'Permentan 21, 2023', 342, 2023, 1–17.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

produksi, sehingga meminimalkan risiko penurunan volume penjualan di Desa Letta akibat ketidakpastian pasar.[3]

Dalam memenuhi kebutuhan konsumen, para pelaku usaha dituntut mampu bersaing, baik untuk usaha yang sejenis ataupun tidak sejenis. Pelaku usaha diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang sesuai dengan kebutuhan seiring berkembangnya zaman. Selain itu, para pelaku usaha harus mampu memenuhi tuntutan konsumen terkait pelayanan yang lebih berkualitas. Satu hal yang harus diperhatikan dalam menjalankan usaha yaitu pelayanan yang diberikan oleh usaha tersebut kepada konsumen. Proses jual beli dalam usaha tidak akan terjadi jika tidak ada konsumen pada usaha tersebut.

Salah satu bentuk usaha yang merasakan dampak perkembangan zaman saat ini adalah industri kopi. Masyarakat Indonesia saat ini lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah untuk silaturahmi, rapat bersama kolega, dan lain-lain. Perubahan gaya hidup masyarakat membuat pertumbuhan industri kopi semakin meningkat. Pertumbuhan industri kopi yang disebabkan gaya hidup yang berubah dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk memperluas potensi perkembangan dalam bisnis kedai kopi.[4]

Harga jual kopi sangat dipengaruhi oleh kondisi pasar, baik domestik maupun internasional. Ketika harga kopi naik, secara teori produsen akan terdorong untuk meningkatkan volume penjualan. Namun, kondisi di lapangan tidak selalu demikian. Terkadang, kenaikan harga justru disertai dengan penurunan permintaan atau peningkatan biaya produksi, yang kemudian berdampak negatif terhadap volume

---

3 Menteri Perdagangan Republik Indonesia, 'Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020', *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020 Tentang Ketentuan*, 151.2 (2018), 10–17.

4 Nahar Zulfah Fadilah and Moh Supendi, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Usaha Toko Kopi Seduh', *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 8.1 (2024), 37–50.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

penjualan. Sebaliknya, harga yang terlalu rendah juga dapat merugikan petani, karena tidak sebanding dengan biaya yang telah mereka keluarkan untuk proses produksi.

Biaya produksi kopi di Desa Letta terdiri dari berbagai komponen, seperti biaya pembelian bibit, pupuk, tenaga kerja, perawatan tanaman, dan biaya pasca panen. Jika biaya ini meningkat tanpa diimbangi oleh peningkatan harga jual yang memadai, maka margin keuntungan petani akan menurun. Hal ini dapat menyebabkan menurunnya semangat produksi, yang pada akhirnya akan berdampak pada penurunan volume penjualan. Oleh karena itu, biaya produksi menjadi salah satu faktor krusial yang harus diperhitungkan dalam menentukan strategi pemasaran dan penetapan harga kopi.

Sampai beberapa tahun lamanya, kopi liberika menggantikan kopi arabika di perkebunan dataran rendah. Namun rupanya tanaman kopi liberika juga juga mengalami hal yang sama, rusak terserang karat daun. Kemudian pada tahun 1907 Belanda mendatangkan spesies lain yakni kopi robusta. Usaha kali ini berhasil, hingga saat ini perkebunan-perkebunan kopi robusta yang ada di dataran rendah bisa bertahan.

Pada tahun 1907, Belanda yang telah menguasai kerajaan Sawitto dan kerajaan-kerajaan lainnya yang ada di Ajatappareng mendatangkan bibit kopi baru yaitu kopi robusta yang kemudian menjadi awal pertanian kopi robusta yang ada di Kabupaten Pinrang. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Pak Kiri' selaku petani kopi yang ada di Basseang mengatakan bahwa kopi Robusta dikenal atau biasa disebut Kopi Balanda (Kawa Balanda) karena bibit awalnya dibawa oleh Belanda.[5]

Pada umumnya dalam melakukan perputaran perekonomian masyarakat Kecamatan Lembang menjadikan pasar Bungi sebagai pusat perputaran

5 S W Ripal, R Ridha, and A Ahmadin, 'Petani Kopi Robusta Di Desa Basseang Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang (1970-2018)', *Pattingalloang (Jurnal Pemikiran, Pendidikan Dan Penelitian Kesejarahan)*, 8.1 (2021), 21–30.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

perekonomian yang terletak di Desa Bungi, Kecamatan Duampanua. Sebagai salah satu pasar terbesar yang lebih dekat dari Kecamatan Lembang.[6]

Tanaman kopi di Indonesia termasuk salah satu sektor penting bagi perekonomian negara dan merupakan salah satu sumber pendapatan bagi banyak petani. Tanaman kopi tumbuh diberbagai wilayah di Indonesia, termasuk Sumatera, Sulawesi dan Jawa Berbagai jenis kopi seperti arabika dan robusta. Tanaman kopi di Indonesia sering menghadapi tantangan lingkungan dan sosial seperti perubahan iklim, hama, penyakit, dan tekanan ekonomi dari perubahan harga komoditas. Dengan populasi yang besar dan permintaan global yang tinggi untuk produksi kopi, tanaman kopi di Indonesia memiliki potensi untuk memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian negara dan kesejahteraan petani. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah, petani dan pemangku kepentingan lainnya untuk bekerja sama memastikan bahwa tanaman kopi di Indonesia dikembangkan dan kelola dengan cara yang berkelanjutan dan memenuhi standar lingkungan dan sosial yang berlaku.

Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, maka peranan dunia usaha adalah sangat penting sebagai penunjang suksesnya program di sektor ekonomi. Peranan pemasaran dalam dunia usaha, menyebabkan banyak perusahaan berlomba-lomba untuk menemukan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menghasilkan produk yang lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing pesaingnya. Pada umumnya suatu perusahaan didalam melaksanakan aktivitasnya selalu bertujuan untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya sesuai dengan pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang serta menginginkan produktivitas yang maksimal didalam menjaga dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan, baik yang bergerak dibidang jasa, industri maupun perdagangan. Fenomena di era persaingan bebas dan informasi yang telah

6 Syahrul Reynaldy Ichwan Bagus Airlangga, 'Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Hasil Penjualan Sepeda Motor Pada Dealer Tunas Dwipa Matra Mojosari Ichwan', *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Kreativitas Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Yos Soedarso Tahun 2019 – 2020*, 3.1 (2021), 70–77.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

berlangsung selama ini telah membawa perubahan besar dalam lingkungan usaha, perubahan ini ditandai dengan perilaku konsumen yang semakin lama menuntut perbaikan kualitas atas produk atau jasa.

Perekonomian merupakan kebutuhan mendasar bagi setiap manusia dalam memenuhi serta menunjang keberlangsungan kehidupan sehari-hari. Disadari maupun tidak, dalam setiap bentuk interaksi terdapat unsur ekonomi, baik dalam bidang pertanian, perdagangan, industri, maupun sektor lainnya. Kegiatan ekonomi yang dilakukan manusia sebagai upaya memenuhi kebutuhan hidup memiliki aturan, etika, dan nilai moral yang harus dijalankan sesuai dengan prinsip syariat Islam. Salah satu bentuk nyata dari interaksi ekonomi adalah aktivitas perusahaan yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan secara optimal. Upaya yang dilakukan perusahaan meliputi peningkatan jumlah penjualan, pengendalian biaya, serta perluasan jangkauan pasar. Strategi yang dapat diterapkan perusahaan antara lain penentuan harga jual yang mempertimbangkan biaya produksi, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Penetapan harga jual harus dilakukan secara tepat, tidak terlalu rendah maupun terlalu tinggi, agar tetap mampu bersaing di pasar.

Tujuan pokok dalam pengelolaan usaha tani kopi adalah meningkatkan hasil produksi sehingga pendapatan petani kopi turut mengalami peningkatan. Oleh sebab itu, petani sebagai pengelola usaha perlu memahami cara mengatur serta memanfaatkan sumber daya atau faktor produksi yang dimilikinya secara tepat agar tujuan tersebut dapat tercapai. Selain itu, upaya pengelolaan usaha tani kopi juga diarahkan untuk menjaga dan meningkatkan harga kopi di pasaran agar tidak terus mengalami penurunan atau berada pada tingkat harga yang rendah ketika terjadi fluktuasi pasar.[7]

7 Elsa Dilla Yosmalita and Bella Arisha, 'Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Pendapatan Pada Usaha Mikro Kecil Perdagangan Kopi Di Desa Kemang Manis Sumatera Selatan', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2.3 (2024), 256–70.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Kopi yang diproduksi Indonesia merupakan komoditas yang mempunyai potensi besar untuk bersaing di pasar global, dan menjadi peluang yang besar untuk meningkatkan devisa negara, berdasaran hal ini maka perlu dilihat tentang bagaimana potensi dan perkembangan permintaan ekspor kopi Indonesia ke berbagai negara di dunia. Dikarenakan oleh permintaan ekspor kopi Indonesia ke berbagai negara Eropa dan Amerika bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga kopi dunia dan total produksi.[8]

Kopi menjadi salah satu komoditas andalan yang memiliki nilai ekonomi strategis di Indonesia, termasuk di wilayah Provinsi Sulawesi Selatan. Di Kabupaten Pinrang, khususnya di Desa Letta, komoditas kopi telah menjadi sumber penghidupan utama bagi sebagian masyarakat. Potensi tersebut tidak hanya terlihat dari aspek produksi, tetapi juga dari peluang pemasaran yang terus mengalami perkembangan, baik pada tingkat pasar lokal maupun nasional. Namun demikian, walaupun memiliki peluang yang besar, para pelaku usaha kopi di Desa Letta masih dihadapkan pada berbagai kendala, terutama yang berkaitan dengan ketidakstabilan harga serta tingginya biaya produksi.

Di Desa Letta Kabupaten Pinrang, pengaruh harga dan biaya produksi terhadap volume penjualan kopi masih dipengaruhi oleh keterbatasan pengetahuan ekonomi masyarakat setempat. Petani kerap menghadapi tantangan dalam memperhitungkan biaya produksi secara menyeluruh dan cenderung menetapkan harga berdasarkan fluktuasi pasar, sehingga keputusan penjualan yang diambil belum sepenuhnya optimal dan berpotensi mempengaruhi tingkat keuntungan.

8 Kopi Dunia, Saing Ekspor, and Biji Kopi, 'Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha | 116 Pengaruh Produksi Dan Harga Pengaruh Produksi Dan Harga Kopi Dunia Terhadap Daya Saing Ekspor Biji Kopi Indonesia', March, 2022 <https://doi.org/10.24036/jkmw0254400>.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tabel 1. 1 Data Hasil Panen dan Harga Kopi

No	Tahun	Jumlah Produksi	Harga/Kg	Volume Penjualan
1	2022	2,4 Ton	Rp. 60.000	Rp. 144.000.00
2	2023	4 Ton	Rp. 68.000	Rp.272.000.000
3	2024	7 Ton	Rp.70.000-75.000	Rp.490.000.000-Rp.525.000.000

Sumber: Dompet Dhuafa,2025

B. Rumusan Masalah.

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta, Kabupaten Pinrang?
2. Apakah biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta, Kabupaten Pinrang?
3. Apakah harga dan biaya produksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta, Kabupaten Pinrang?

C. Tujuan Penelitian.

Tujuan dari penelitian ini didasarkan pada perumusan masalah yang telah di Sesuaikan dengan rumusan masalah yang sudah di tetapkan oleh peneliti yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta, Kabupaten Pinrang.
2. Untuk menganalisis pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta, Kabupaten Pinrang.
3. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan harga dan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta, Kabupaten Pinrang.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

D. Manfaat Penelitian.

Penelitian ini dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat, antara lain :

1. Manfaat Teoritis.

   Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang akuntansi biaya, akuntansi manajemen, serta teori *Cost–Volume–Profit* (CVP). Kajian yang berjudul "Pengaruh Harga dan Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang" ini memperluas kajian akuntansi biaya melalui pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keterkaitan antara struktur biaya, efisiensi dalam proses produksi, serta pengaruhnya terhadap peningkatan volume penjualan. Dalam ranah akuntansi manajemen, penelitian ini menambah pengetahuan terkait pemanfaatan informasi biaya dan strategi penentuan harga dalam proses perencanaan, pengawasan, serta pengambilan keputusan yang tepat bagi pelaku usaha kopi. Sementara itu, ditinjau dari perspektif teori CVP, penelitian ini menyajikan bukti empiris mengenai bagaimana perubahan harga dan biaya produksi berdampak terhadap volume penjualan, sehingga semakin memperkuat hubungan antara biaya, harga, dan volume dalam konteks UMKM, khususnya pada sektor pertanian kopi.

2. Manfaat Praktis.

   a. Bagi Petani Kopi di Desa Letta, memberikan informasi dan pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana perubahan harga jual dan biaya produksi mempengaruhi volume penjualan. Dengan demikian, petani dapat menyusun strategi produksi dan pemasaran yang lebih efisien untuk meningkatkan pendapatan dan mengurangi risiko kerugian.

   b. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi referensi awal dan dasar teori bagi peneliti berikutnya yang ingin mengkaji topik serupa.

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabel lain yang juga berpengaruh terhadap volume penjualan kopi, seperti kualitas produk, strategi pemasaran, akses pasar, atau perilaku konsumen. Selain itu, ruang lingkup penelitian juga dapat diperluas ke wilayah atau komoditas lain untuk mendapatkan perbandingan dan generalisasi hasil yang lebih luas.

c. Bagi pihak pemerintah, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang lebih tepat untuk mendukung peningkatan produksi dan pemasaran kopi di Desa Letta. Informasi mengenai pengaruh harga dan biaya produksi terhadap volume penjualan memberikan gambaran nyata bagi pemerintah tentang kondisi ekonomi petani, sehingga dapat membantu dalam penyusunan program subsidi pupuk, bantuan alat produksi, pelatihan pengolahan kopi, dan stabilisasi harga. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam merancang strategi pengembangan UMKM kopi lokal, memperkuat rantai pasok, serta menciptakan kebijakan yang mendorong efisiensi biaya produksi dan peningkatan daya saing kopi daerah di pasar lokal maupun regional. Dengan demikian, penelitian ini dapat membantu pemerintah dalam mengambil keputusan berbasis data untuk meningkatkan kesejahteraan petani kopi dan keberlanjutan sektor pertanian kopi.

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB II
TINJAUAN TEORI.

A. Tinjauan Penelitian Relevan.

Berdasarkan pengamatan dan penelitian yang dilakukan, peneliti telah menemukan beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini. Survei di atas dilakukan sebagai dukungan dan penyempurnaan sebagai berikut:

1. Penelitian Dini Al Riyati (2023), dengan Skripsi yang berjudul: "Pengaruh Biaya Produksi, Harga Jual Dan Luas Lahan Terhadap Pendapatan Petani Kopi (Studi Pada Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi, harga jual, dan luas lahan terhadap pendapatan petani kopi. Studi ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari petani kopi di suatu daerah selama periode waktu tertentu. Metode regresi linier digunakan untuk menganalisis data dan mengidentifikasi hubungan antara variabel independen (biaya produksi, harga jual, dan luas lahan) dengan variabel dependen (pendapatan petani). [9]

   Persamaan Kedua penelitian fokus pada pengaruh harga (atau harga jual) dan biaya produksi sebagai variabel independen utama terhadap performa ekonomi petani kopi. Selain itu, keduanya bersifat studi kasus empiris di tingkat petani pedesaan Indonesia, menggunakan metode regresi linier berganda untuk menganalisis data primer dari responden petani, dan berkontribusi pada pemahaman dinamika ekonomi pertanian kopi, seperti fluktuasi biaya *input* dan dampak harga pasar terhadap *output* ekonomi.

   Perbedaan utama terletak pada jumlah variabel independen: penelitian Dini Al Riyati menggunakan 3 variabel independen (biaya produksi, harga

9 Dini Al Riyati, 'Pengaruh Biaya Produksi, Harga Jual Dan Luas Lahan Terhadap Pendapatan Petani Kopi(Studi Pada Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara)', 2023, 61–64.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

jual, dan luas lahan), di mana luas lahan bertindak sebagai faktor moderator untuk skala produksi. Sebaliknya, penelitian ini lebih sederhana dengan hanya 2 variabel independen (harga dan biaya produksi), untuk fokus yang lebih tajam pada pengaruh langsung terhadap volume penjualan tanpa memasukkan variabel struktural seperti luas lahan.

2. Penelitian Fuji Setia Lestari (2022), dengan skripsi yang berjudul: Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Petani Kopi Desa Dusun Sawah Kecamatan Curup Utara. Penelitian ini metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sumber data primer berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah Petani Desa Dusun Sawah Kecamatan Curup Utara yang berjumlah 1000 orang dan sampel yang diambil adalah 91 orang dengan tingkat *margin of error* 10%. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Uji statistik yang terdiri dari uji t untuk menguji variabel secara parsial, uji f untuk menguji antar variabel secara simultan, serta uji determinasi R^2 untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, uji heteroskedasitas.

   Hasil penelitian menunjukkan dalam pengujian *t test* pada variabel biaya produksi nilai koefisien sebesar 3,523 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 dan pada variabel harga jual nilai koefisien sebesar 6,093 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dengan hasil koefisien determinasi 52,8%. Hal ini menunjukkan bahwa Biaya Produksi dan Harga Jual berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Pendapatan Petani Kopi Desa Dusun Sawah Kecamatan Curup Utara. [10]

10 Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi and Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam, 'Oleh: Fuji Setia Lestari Nim: 18681025 Program Studi Ekonomi Syariah', 2022.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Adapun persamaan kedua penelitian menekankan biaya produksi dan harga jual sebagai variabel independen utama yang mempengaruhi aspek ekonomi di sektor kopi pedesaan, dimana keduanya menunjukkan bahwa faktor-faktor ini dapat meningkatkan atau menekan hasil ekonomi secara keseluruhan. Baik penelitian ini, keduanya berfokus pada analisis kuantitatif hubungan antara biaya produksi dan harga dengan metrik ekonomi (seperti volume penjualan atau pendapatan), menggunakan teknik regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh. Selain itu, keduanya berada dalam konteks pertanian kopi di daerah pedesaan Indonesia, di mana fluktuasi biaya dan harga sering menjadi tantangan utama bagi petani, dan keduanya menyoroti pengaruh positif dari variabel-variabel tersebut terhadap *output* ekonomi.

Sedangkan Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang, penelitian sebelumnya lebih terfokus pada pengaruh biaya produksi dan harga jual terhadap pendapatan petani (sebagai variabel dependen), dengan pendekatan yang mencakup uji asumsi klasik dan sampel spesifik dari petani di Desa Dusun Sawah, Kecamatan Curup Utara. Sementara itu, penelitian sekarang menganalisis pengaruh harga dan biaya produksi terhadap volume penjualan kopi (bukan pendapatan), yang lebih menekankan pada aspek kuantitas penjualan daripada pendapatan finansial.

3. Penelitian Elsa Dilla Yosmalita, Addiarrahman, Bella Arisha (2024) dengan jurnal yang berjudul: “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Pendapatan Pada Usaha Mikro Kecil Perdagangan Kopi Di Desa Kemang Manis Sumatera Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap pendapatan pada usaha mikro kecil perdagangan kopi di desa kemang manis sumatera selatan. Penelitian ini berjenis kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 31 berjenis data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ini yaitu dengan menggunakan uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda. [11]

Persamaan kedua penelitian menenkankan biaya produksi sebagai varibel ndependen utama yang mempengaruhi performa ekonomi kopi di tingkat usaha kecil atau desa, dimana biaya tingi cenderung menekan *output* ekonomi secara keseluruhan. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang, penelitian sebelumnya melibatkan biaya produksi dan biaya operasional (dengan penekanan pada pengeluaran pasca-produksi seperti distribusi dan logistik), sedangkan penelitian ini menggunakan harga dan biaya produksi (dimana harga berfungsi sebagai faktor eksternal pasar yang mempengaruhi permintaan dan volume).

4. Penelitian Mahfidah Puspa Dina (2019) dengan Skripsi: "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Perusahaan Manufaktur''. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) Pengaruh secara parsial variabel Biaya Produksi (X1) terhadap variabel Volume Penjualan (Y), (2) Pengaruh secara parsial variabel Biaya Pemasaran (X2) terhadap variabel Volume Penjualan (Y), (3) Pengaruh secara simultan terhadap variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan perusahaan sebanyak 40 responden yang diambil melalui teknik random sampling. Data yang diambil diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh karyawan yang dijadikan sampel pada penelitian. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

---

11 Yosmalita and Arisha Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Pendapatan Pada Usaha Mikro Kecil Perdagangan Kopi Di Desa Kemang Manis Sumatera Selatan, Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen, 2.3 (2024),.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa : (1) Variabel Biaya Produksi (X1) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap volume penjulan. Artinya semakin baik pengendalian biaya produksi dengan menganggarkan biaya pembelian bahan baku sesuai dengan produk yang akan diproduksi semakin baik pula hasil atau pendapatan yang diterima oleh perusahaan. (2) Variabel Biaya Pemasaran (X2) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhdap volume penjualan. Artinya apabila perusahaan mengalokasikan biaya pemasaran sesuai dengan fungsi pemasaran sekaligus memberikan advertising sesuai dengan produk yang ditawarkan maka konsumen akan tertarik dan akan membeli produk tersebut sehingga semakin besar pula volume penjualan yang didapatkan oleh perusahaan. (3) Secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel-variabel bebas (X) yaitu Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap variabel terikat (Y) yaitu Volume Penjualan. Artinya apabila biaya produksi digunakan sesuai dengan keperluan bahan baku dan biaya pemasaran dialokasikan dengan baik sesuai produk yang diproduksi maka volume penjualan akan meningkat. [12]

Adapun persamaan utama antara kedua penelitian terletak pada penggunaan volume penjualan sebagai variabel terikat (Y) untuk mengukur kinerja penjualan. Selain itu, kedua penelitian sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan. Persamaan lainnya terdapat pada metode analisis dan teknik pengumpulan data, yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda dan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Oleh karena itu, secara metodologis, penelitian Mahfidah Puspa Dina relevan dan dapat dijadikan rujukan empiris dalam penelitian ini.

12 Mahfidah Puspa Dina, 'Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan', 2019.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Sedangkan Perbedaan penelitian Perbedaan antara kedua penelitian terletak pada **v**ariabel independen, objek, dan lokasi penelitian**.** Penelitian Mahfidah Puspa Dina menggunakan biaya produksi dan biaya pemasaran dengan objek perusahaan manufaktur**,** sedangkan penelitian ini menggunakan harga dan biaya produksi dengan objek usaha kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang. Selain itu, responden penelitian sebelumnya adalah karyawan perusahaan**,** sedangkan responden penelitian ini adalah pelaku usaha kopi, sehingga konteks dan karakteristik usahanya berbeda.

5. Penelitian Dian Sandalayuk, Dwibin Kannapadang, Ade Lisa Matasik (2023) dengan jurnal: "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Omset Penjualan Kopi Toraja (Studi Kasus Kopi Salu Sopai di Kecamatan Rantepao)". Penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada pegawai di Kopi Salu Sopai Kabupaten Toraja Utara dengan jumlah sampel sebanyak 16 responden. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Dari hasil pengujian diketahui biaya bahan baku berpengaruh signifikan terhadap omset penjualan. Biaya tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap omset penjualan. Biaya *overhead* pabrik berpengaruh signifikan terhadap omset penjualan. Secara simultan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik berpengaruh secara simultan terhadap omset penjualan. [13]

Adapun persamaan kedua penelitian menekankan biaya produksi sebagai variabel independen utama yang mempengaruhi performa ekonomi kopi di tingkat usaha kecil atau desa, dimana biaya tinggi cenderung menekan *output* ekonomi secara keseluruhan. Baik penelitian sekarang judul ini, keduanya berfokus pada peran biaya produksi dalam menentukan hasil

13 Dian Sandalayuk, Dwibin Kannapadang, and Ade Lisa Matasik, 'Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Omset Penjualan Kopi Toraja', *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3.3 (2023), 124–36.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

penjualan kopi di komunitas pedesaan, dengan pendekatan yang menganalisis faktor internal produksi terhadap metrik ekonomi seperti volume atau omset.

Sedangkan Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang, penelitian sebelumnya lebih terfokus pada biaya produksi sebagai faktor tunggal terhadap omset penjualan (dengan penekanan pada studi kasus spesifik di Kopi Toraja), sedangkan penelitian ini menggunakan harga dan biaya produksi (dimana harga berfungsi sebagai faktor eksternal pasar yang mempengaruhi permintaan dan volume).

B. Tinjauan Teori

1. Harga.

a. Pengertian Harga.

Kotler dan Keller menyatakan bahwa harga merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang berfungsi menghasilkan pendapatan, sementara unsur lainnya lebih banyak menimbulkan biaya. Hasan mengemukakan bahwa harga adalah seluruh pengorbanan dalam bentuk nilai uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, serta memanfaatkan kombinasi barang dan jasa dari suatu produk. Perusahaan perlu menentukan harga jual sejak awal, khususnya ketika meluncurkan produk baru ke pasar. Proses penetapan harga jual ini berpotensi menimbulkan permasalahan karena keputusan yang diambil bersifat kompleks serta harus mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhinya.[14]

Menurut Philip Kotler, harga merupakan salah satu komponen dalam bauran pemasaran yang berfungsi sebagai sumber pendapatan, sementara komponen lainnya cenderung menimbulkan biaya. Harga juga menjadi elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel untuk diubah, karena karakteristik produk, saluran distribusi, maupun promosi biasanya memerlukan waktu yang

14 Sarini Kodu, 'Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza', 1.3 (2012), 1251–59.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

lebih lama untuk disesuaikan. Selain itu, harga berperan sebagai sarana untuk menyampaikan posisi nilai yang ingin ditawarkan perusahaan kepada pasar terhadap produk dan mereknya.

Berdasarkan penjelasan tersebut, unsur-unsur dalam bauran pemasaran yang dimaksud meliputi harga, produk, saluran distribusi, dan promosi, yang dikenal dengan istilah empat P (*Price, Product, Place, dan Promotion*). Harga dalam suatu usaha atau badan usaha berfungsi sebagai sumber pendapatan (*income*), sedangkan unsur-unsur bauran pemasaran lainnya, yaitu *Product* (produk), *Place* (tempat atau saluran *distribusi*), dan *Promotion* (promosi), justru menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha atau badan usaha.

Zakaria dan Astuti mengemukakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk memperoleh kombinasi barang beserta layanan yang menyertainya. Lenzun dan rekan-rekannya menyatakan bahwa harga adalah representasi nilai dari suatu produk yang sekaligus menjadi elemen bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan. Menurut Manus dan Lumanauw, harga memiliki peranan penting dalam proses pengambilan keputusan, khususnya dalam fungsi alokasi, yaitu membantu konsumen mendapatkan produk atau jasa dengan manfaat terbaik sesuai dengan kemampuan daya beli yang dimiliki. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah nilai uang yang diperlukan untuk memperoleh suatu produk atau jasa sesuai dengan kualitas serta manfaat yang ditawarkan, yang juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan berbagai faktor lain yang mempengaruhi penetapan harga tersebut.[15]

Harga merupakan sumber pendapatan atau pemasukan bagi pengusaha maupun pedagang, sedangkan dari sudut pandang konsumen, harga dipahami

15 Purnomo, Edwin Setyo, 'Pengetahuan Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen"Best Autoworks"', *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisns*, 1.6 (2023), 755–4.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

sebagai bentuk pengeluaran atau pengorbanan yang harus dikeluarkan untuk memperoleh produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Bagi pelaku usaha, *Price* (harga) menjadi unsur yang paling mudah dan cepat untuk disesuaikan dengan kondisi pasar, sementara unsur lain seperti *product, place*, dan *promotion* memerlukan waktu yang lebih lama dalam proses penyesuaiannya. Selain itu, harga juga berfungsi sebagai indikator yang memberikan informasi kepada konsumen mengenai kualitas serta merek dari suatu produk.

Apabila harga suatu produk di pasar tergolong tinggi, hal tersebut sering diartikan bahwa kualitas produk tersebut juga baik serta mereknya dinilai positif dan dapat dipercaya oleh konsumen. Sebaliknya, jika harga suatu produk relatif rendah, maka hal itu kerap dipersepsikan bahwa kualitasnya kurang memadai dan citra mereknya belum mampu meyakinkan konsumen. Dengan demikian, harga dapat dijadikan sebagai indikator oleh konsumen dalam menilai kualitas dan merek suatu produk. Asumsi yang digunakan adalah bahwa setiap usaha atau badan usaha, baik di bidang perdagangan, manufaktur, agraris, jasa, maupun bidang lainnya, menetapkan harga produk dengan memperhitungkan serta mempertimbangkan biaya atau modal yang telah dikeluarkan dalam proses produksinya.[16]

b. Indikator Harga.

1) Keterjangkauan Harga.

Keterjangkauan harga menunjukkan sejauh mana harga produk dapat dijangkau oleh konsumen sesuai dengan kemampuan daya beli mereka. Harga yang terjangkau akan meningkatkan minat beli konsumen sehingga mendorong peningkatan volume penjualan. Dalam konteks kopi, harga

16 Muhammad Birusman, 'Harga Dalam Perspektif Islam', *Mazahib*, 4.1 (2017), 86–99.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

yang sesuai dengan kondisi ekonomi konsumen akan memudahkan produk diterima di pasar.[17]

2) Kesesuian Harga Dengan Kualitas Produk

Harga dikatakan sesuai apabila mencerminkan kualitas produk yang diterima konsumen. Konsumen cenderung bersedia membeli produk apabila harga yang dibayar sebanding dengan mutu, cita rasa, dan manfaat produk tersebut. Pada produk kopi, kualitas biji kopi, aroma, dan rasa menjadi pertimbangan utama dalam menilai kesesuaian harga.[18]

3) Daya Saing Harga.

Daya saing harga menunjukkan kemampuan harga produk untuk bersaing dengan produk sejenis di pasar. Harga yang kompetitif memungkinkan produk kopi tetap diminati konsumen meskipun terdapat banyak penjual dengan produk serupa. Harga yang terlalu tinggi dibanding pesaing dapat menurunkan volume penjualan.

4) Stabilitas Harga.

Stabilitas harga menggambarkan konsistensi harga produk dalam jangka waktu tertentu. Harga yang relatif stabil menciptakan kepercayaan konsumen dan memudahkan mereka dalam mengambil keputusan pembelian. Perubahan harga yang terlalu sering dapat menimbulkan ketidakpastian dan menurunkan minat beli.[19]

17 Adhi Prasetio Liharman Saragih, Astri Rumondang Banjarnahor, Novy Anggraini Andriasan Sudarso, Yurilla Endah Muliatie, Darwin Lie Yudiyanto Joko Purnomo, Bonaraja Purba, Eko Sudarmanto Sony Kuswandi, *Strategi Manajemen Pemasan*, Jenner Sim (yayasan kita menulis, 2022).

18 Gary Armstrong Philip Kotler, *Principles of Marketing.* (Pearson, 2018).

19 E.R Taufik, 'Manajemen Pemasaran' (Jalan Lingkar Caringin Cisoka Tangerang: Media Edukasi Indonesia (Anggota IKAPI), 2023).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

c. Penentuan Harga.

Harga jual merupakan tingkat atau besarnya harga produk yang ditawarkan kepada konsumen. Harga jual merupakan harga pokok penjualan setelah ditambah biaya-biaya dan di tambah laba yang diharapkan oleh perusahaan. Komponen harga jual suatu produk teridiri dari biaya produksi di tambah biaya produksi, ditambah biaya non produksi dan ditambah laba yang di tentukan oleh perusahaan.

Dalam menentukan harga jual tidaklah mudah. Penentuan harga jual suatu produk harus memperhatikan beberapa faktor, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal yaitu keadaan dari dalam lingkungan perusahaan selama melakukan proses produksi sampai menghasilkan suatu produk jadi. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor diluar lingkungan perusahaan, yaitu seperti pesaing, dan juga harga suatu produk di pasar.

Jadi dalam menentukan harga jual perusahaan harus melakukan langkah-langkah atau prosedur yang baik. Hal ini agar tidak terjadi kerugian bagi perusahaan maupun konsumen. Karena apabila perusahaan tidak dapat menentukan harga jual yang profesional maka, perusahaan tersebut dapat kalah bersaing dengan perusahaan lain yang memproduksi jenis produk yang sama atau bisa menggantikan produk yang perusahaan jual tersebut.

Apabila suatu perusahaan dapat menentukan harga jual yang profesional maka, produk yang di buat oleh perusahaan tersebut dapat bersaing di pasar dan hal ini dapat memberikan keuntungan yang maksimal sebagaimana yang telah di rencanakan dan di harapkan oleh perusahaan tersebut sebelum atau selama menghasilkan produk.

Salah satu cara untuk dapat menentukan harga jual yang profesional adalah dengan cara menekan biaya produksi. Karena apabila perusahaan dapat meminimalisasi pengeluaran biaya maka, perusahaan bisa menciptakan keunggulan bersaing di dalam harga jual. Tentunya hal seperti ini merupakan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

harapan dari semua perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan yang maksimal dan berlangsung secara terus menerus.

Dalam penetapan harga jual juga diperlukan adanya kebijakan yang mendukung atau profesional. Kebijakan penetapan harga jual merupakan suatu keputusan mengenai harga-harga yang akan di ikuti untuk suatu jangka waktu tertentu yaitu dengan maksud untuk mengikuti perkembangan pasar.

Pengertian harga penjualan menurut Mulyadi adalah Harga jual suatu produk terbentuk dipasar sebagai interaksi antara jumlah permintaan dan penawaran dipasar.

Sedangkan menurut Garisson/Norren dalam bukunya "Akuntansi Manajer" yang diterjemaahkan oleh A. Totok Budisantoso mengemukakan pengertian harga jual adalah Harga penjualan adalah biaya produksi ditambahkan kepersentase *mark up* atau laba.

Berdasarkan dua pengertian harga penjualan dari para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa harga penjualan suatu produk adalah tingkat atau besarnya nilai suatu produk yang dihasilkan setelah di tambah biaya-biaya untuk menghasilkan produk tersebut dan dengan pertimbangan harga pasar yang dinyatakan dengan jumlah satuan uang. Formula harga jual suatu produk atau jasa dapat terlihat sebagai berikut, menurut Mulyadi dalam bukunya "Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen": "Harga Jual = Biaya Penuh *(Full Cost)* + Laba memadai yang diharapkan".

Pada prinsipnya rumus penentuan harga jual adalah seperti yang dipaparkan oleh Mulyadi dalam bukunya "Akuntansi Manajemen" adalah Harga Jual = Biaya Produksi + Biaya Non Produksi + Laba Yang Diharapkan.[20]

20 Putry Wahyu Putri wahyu Novika, *Pengantar Bisnis*, 2017.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

d. Konsep Harga.

Ekonomi Islam memiliki konsep bahwa suatu pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara normal. Pasar tidak membutuhkan suatu intervensi dari pihak manapun tidak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga dengan kegiatan monopolistik atau yang lainnya.

Persaingan bebas dalam hal ini adalah bahwa umat Islam menentukan sendiri tentang apa yang harus dikonsumsi dan diproduksi serta dibebaskan untuk memilih sendiri apa-apa yang dibutuhkan dan bagaimana cara memenuhinya. Imam al-Ghazali berpendapat bahwa persaingan bebas ini sebagai ketentuan alami atau pola pasar normal.

Mekanisme pasar pada intinya adalah mekanisme harga, turun dan naiknya harga sebagai akibat dari suatu dinamika permintaan (*suply*) dan penawaran (*demand*) dari pihak-pihak terkait. Suatu permintaan dan penawaran adalah dua kekuatan yang saling tarik-menarik sehingga membentuk suatu komunitas pasar. Bila suatu permintaan terjadi secara alami dan normal, maka suatu kegiatan pasar akan berjalan stabil dan kondusif, tetapi sebaliknya bila pasar berjalan tidak normal dan penuh rekayasa, maka pasar akan rusak.

Teori permintaan menerangkan karakter dan sifat permintaan para pembeli terhadap suatu barang dan jasa. Sedangkan teori penawaran menjelaskan karakter penjual dalam menawarkan barang dan jasa yang akan diperjual-belikan. Kedua aktifitas permintaan dan penawaran dalam menentukan harga keseimbangan atau harga pasar dan jumlah barang yang dijual, akan memunculkan suatu realitas apakah yang terjadi pasar bebas atau distorsi pasar.

Ilmu ekonomi konvensional menjelaskan hukum permintaan adalah merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah suatu harga barang, maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang, maka akan semakin sedikit terhadap barang tersebut. Sebagai contoh kasus adalah bila harga beras melambung tinggi atau

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

mahal, maka akan semakin banyak orang untuk mengurangi konsumsi beras dengan cara mengkonsumsi ubi jalar atau jagung sebagai pengganti makanan pokok beras yang harganya semakin tidak terjangkau.[21]

2. Biaya Produksi.

a. Pengertian Biaya Produksi.

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa. Menurut Carter dan Usry, *"Manufacturing cost also called production cost is usually defined as the sum of three cost elements : direct materials, direct labor, and factory overhead"*. Dengan kata lain biaya manufaktur juga disebut biaya produksi atau biaya pabrik, biasanya didefinisikan sebagai jumlah dari tiga elemen biaya: bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, *overhead* pabrik. Selanjutnya Rayburn, mengatakan bahwa "biaya produksi termasuk bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa".[22]

Biaya dapat digolongkan menjadi beberapa bagian, diantaranya adalah biaya produksi. Pengertian biaya produksi menurut Soemarso : adalah biaya yang dibebankan dalam proses produksi selama suatu periode. Biaya ini terdiri dalam proses awal ditambah biaya pabrik. Termasuk dalam biaya-biaya yang dibebankan pada persediaan dalam proses akhir periode.

Pengertian biaya produksi Menurut Mulyadi adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi untuk tujuan tertentu.Sedangkan pengertian biaya produksi menurut Mas'ud Machfoedz: merupakan biaya yang dipakai untuk menilai persediaan yang dicantumkan

21 Syamsul Hilal, 'Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam (Telah Pemikiran Ibn Taimiyah)', *Asas*, 6.2 (2014), 16–28.

22 Valentina Monoarfa and others, 'Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Gorontalo', *Economic Reviews Journal*, 4.2 (2025), 56–67

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

dalam laporan keuangan dan jumlahnya relatif lebih besar daripada jenis biaya lain yang selalu terjadi berulang-ulang dalam pola yang sama secara rutin.

Menurut L. Gayle Rayburn *"Production costs include the direct material, direct labor, and factory overhead incurred to produce a good or service".* Biaya produksi merupakan pengeluaran biaya terbesar bagi perusahaan manufaktur, oleh karena itu pihak manajemen harus melakukan suatu pengendalian biaya produksi dan mengoptimalkan pemanfaatannya secara rasional dan sistematis agar biaya produksi menjadi rasional dan efektif. Biaya produksi dapat dikatakan efisien apabila pengeluaran biaya tersebut tidak terjadi suatu pemborosan serta mampu menghasilkan *output* produk dengan kuantitas dan kualitas yang baik, untuk itu diperlukan suatu usaha yang sistematis pada perusahaan dengan cara membandingkan prestasi kerja dengan rencana dan membuat tindakan tepat atas perbedaannya.[23]

Gonibala menjelaskan bahwa biaya produksi mengacu pada biaya-biaya yang terkait dengan proses pembuatan barang dan penyediaan jasa. Secara khusus, biaya produksi atau biaya pabrik sering terdiri dari tiga elemen biaya utama, yaitu bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik. Prayoga et al juga menjelaskan bahwa biaya produksi adalah nilai, jumlah, atau nominal yang digunakan untuk memperoleh barang atau jasa dalam proses produksi, dan merupakan kebutuhan ekonomi bagi organisasi atau masyarakat.[24]

b. Indikator Biaya Produksi.

1) Biaya bahan baku adalah biaya perolehan semua bahan yang pada akhirnya akan menjadi bagian dari objek biaya (barang dalam proses dan kemudian

23 Hidayat L and Salim S, 'Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan', *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1.2 (2013), 159–68.

24 Eka Dian Puspita and others, 'Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Melalui Volume Penjualan Di Ud.Gajah Tempur', *Student Scientific Creativity Journal*, 1.5 (2023), 92–108.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

barang jadi) dan yang dapat ditelusuri ke objek biaya dengan cara yang ekonomis.

2) Biaya tenaga kerja langsung atau upah langsung adalah biaya yang dibayarkan kepada tenaga kerja langsung. Istilah tenaga kerja langsung digunakan untuk menunjuk tenaga kerja (buruh) yang terlibat secara langsung dalam proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi.
3) Biaya *overhead* pabrik (biaya produksi tidak langsung) adalah seluruh biaya manufaktur yang terkait dengan objek biaya namun tidak dapat ditelusuri ke objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) dengan cara yang ekonomi. Contohnya biaya *overhead* pabrik antara lain: biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya bahan penolong, biaya reparasi dan pemeliharaan mesin pabrik, biaya pemeliharaan gedung pabrik. biaya penyusutan mesin pabrik.[25]

c. Biaya Operasional (*Operasional Cost*).

Biaya Operasional adalah biaya yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan dalam suatu proses produksi dan memiliki sifat habis pakai dalam kurun waktu relative singkat, biasanya kurang dari satu tahun. Tujuan biaya operasional adalah untuk mengelola sumber ekonomi yang dimiliki perusahaan untuk menjalankan aktivitas dalam upaya mempertahankan dan menghasilkan pendapatan.[26]

d. Jenis Biaya Produksi.

Biaya produksi dinyatakan sebagai kompensasi yang diterima oleh para pemilik faktor-faktor produksi, atau biaya yang dikeluarkan oleh petani dalam proses produksi, baik secara tunai maupun tidak tunai. Biaya tetap adalah jenis

25 Widya Ais Sahla, *Akuntansi Biaya Panduan Perhitungan Harga Pokok Produk*, ed. by Adi Pratomo (Banjarmasin: Poliban Press, 2020).

26 Yolan Sari and others, 'Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jualterhadap Keuntunganan Pada Industri Kopi Putra Minang Di Kecamatan Sungai Tarab Kab.Tanah Datar'.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

biaya yang besar kecilnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi, misalnya sewa yang berupa uang, sedangkan biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya berhubungan dengan besarnya produksi, misalnya bibit, pupuk, obat-obatan dan sebagainya. Biaya dalam usaha tani dapat dibedakan menjadi beberapa macam yaitu:

1) Biaya tetap, biaya yang harus dikeluarkan oleh para petani yang penggunaannya tidak habis dalam masa satu kali produksi, seperti membajak tanah pertanian, retribusi air, gaji karyawan tetap, premi asuransi, penyusutan alat dan bangunan pertanian.
   (a) Biaya tetap total (total *fixed cost*), merupakan jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam jumlah tetap dalam jangka waktu tertentu.
   (b) Biaya tetap rata-rata (*average fixed cost*), merupakan biaya tetap yang dibebankan pada setiap satuan output yang dihasilkan.
2) Biaya variabel, Biaya variabel merupakan pengeluaran yang jumlahnya tidak tetap atau berubah-ubah sesuai dengan jumlah *output* yang dihasilkan. Dalam hal ini, semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan, semakin besar pula biaya variabelnya. Misalnya biaya bahan baku, bahan pembantu, bahan bakar, dan upah tenaga kerja langsung. Biaya variabel ini dibedakan menjadi dua macam yaitu:
   (a) Biaya variabel total (total variabel *cost*), merupakan seluruh biaya yang harus dikeluarkan selama masa produksi *output* dalam jumlah tertentu.
   (b) Biaya variabel rata-rata (*average variabel cost*), merupakan biaya variabel yang dikeluarkan untuk setiap unit *output*.
3) Biaya Total (*Total Cost*).

   Biaya total merupakan jumlah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi semua *output*, baik barang maupun jasa. Biaya ini dapat

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

dihitung dengan menjumlahkan biaya tetap total dengan biaya variabel total.

4) Biaya Rata-rata (*Average Cost*).

Biaya rata-rata merupakan biaya total yang dikeluarkan untuk setiap unit *output*.

5) Biaya *Marginal* (*Marginal Cost*).

Biaya marginal merupakan kenaikan dari biaya total yang diakibatkan oleh diproduksinya tambahan satu unit *output*.[27]

3. Volume Penjualan.

a. Pengertian Volume Penjualan.

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit, namun dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Apabila volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat. Namun sebaliknya apabila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun.

Menurut Kotler volume penjualan adalah barang yang dijual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Senada dengan Kotler, Marbun mengatakan volume penjualan adalah total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan volume penjualan adalah barang yang dijual oleh perusahaan dalam uang selama jangka waktu tertentu.[28]

---

27 Helin G Muhammad Asir, Sandriana J Nendissa, Prisca Nurmala Sari, Indriana and others, *Ekonomi Pertanian*, ed. by Evi Damayanti (Widina Bhakti Persada Bandung, 2022).

28 Ifanny Adnan Pratama and Petty Aprilia Sari, 'Production Costs, Promotion Costs, and Sales Volume to Net Profit in Pharmaceutical Sector Manufacturing Companies', *Journal Intelektual*, 1.2 (2022), 182–93 <https://doi.org/10.61635/jin.v1i2.103>.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Peningkatan volume penjualan dapat terjadi karena jumlah produk atau jasa yang telah habis terjual pada saat transaksi jual beli. Semakin meningkat jumlah produk yang terjual, maka akan semakin meningkat keuntungan yang di dapatkan. Volume penjualan dapat diukur dengan tercapainya target penjualan yang dilihat dari total produk yang terjual, serta peningkatan jumlah keuntungan yang terjadi sejak terjadinya transaksi jual beli. Maka dari itu, volume penjualan satu hal penting yang patut diperhatikan untuk menghindari kerugian. Volume penjualan yang mengalami peningkatan tentu menjadi tujuan dalam usaha bisnis agar mendapatkan keuntungan.[29]

Volume penjualan merupakan jumlah keseluruhan produk yang berhasil dijual oleh suatu perusahaan atau pelaku usaha dalam periode tertentu, baik diukur dalam satuan unit maupun dalam bentuk nilai rupiah. Menurut Swastha dan Irawan dalam buku Manajemen Pemasaran *Modern*, volume penjualan mencerminkan hasil kegiatan pemasaran yang menggambarkan tingkat permintaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Volume penjualan dapat dihitung dengan membandingkan total nilai penjualan dengan harga jual per unit produk.

Secara matematis, rumus volume penjualan dapat dituliskan sebagai:
Volume Penjualan (unit) = Total Penjualan (Rp) ÷ Harga Jual per Unit (Rp).[30]

b. Indikator Volume Penjualan.

1) Jumlah Produk yang Terjual.

Jumlah unit produk yang berhasil dijual dalam periode tertentu menunjukkan tingkat penerimaan pasar terhadap produk yang ditawarkan. Semakin besar jumlah produk yang terjual, semakin tinggi volume penjualan yang dicapai oleh perusahaan.

---

29 Fadilah and Supendi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Usaha Toko Kopi Seduh, JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan.

30 Irawan Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, 2008.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2) Pertumbuhan Penjualan.

Pertumbuhan penjualan menunjukkan adanya peningkatan atau penurunan volume penjualan dari waktu ke waktu. Pertumbuhan yang positif menandakan bahwa strategi harga dan biaya produksi mampu meningkatkan penjualan.

3) Nilai Penjualan.

Nilai penjualan merupakan total pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk. Indikator ini menggambarkan kinerja penjualan secara keseluruhan karena dipengaruhi oleh jumlah produk yang terjual dan harga jual yang ditetapkan.[31]

c. Definisi Penjualan.

Menurut Hasan penjualan merupakan pemberian barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Pihak yang memberi di sebut sebagai penjual dan pihak yang menerima disebut pembeli. Jadi, penjualan hanya meliputi pemindahan hak atas suatu produk dari penjual kepada pembeli.

Sedangkan menurut Swastha, penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Penjualan diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan atas persetujuan bersama.[32]

---

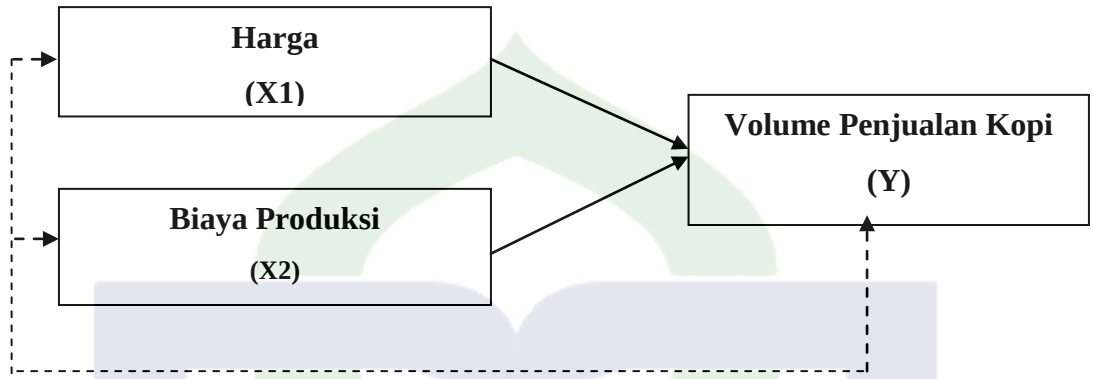
31 Vera Selviana Adoe and Indra Permadi, *Buku Manajemen Penjualan & Kewiraniagaan*, ed. by MM Vera Selviana Adoe, S.P., M.M dan Indra Permadi, SE (CV.Science Techno Direct, 2024).

32 Ichwan Bagus Airlangga Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Hasil Penjualan Sepeda Motor Pada Dealer Tunas Dwipa Matra Mojosari Ichwan, Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Kreativitas Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Yos Soedarso Tahun 2019 2020, 3.1 (2021), 7077.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disusun sebuah bagian kerangka berfikir ini sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.

Keterangan:

X1 : Harga

X2 : Biaya Produksi

Y : Volume penjualan kopi

⟶ : Hubungan variabel secara parsial

- - - → : Hubungan variabel secara simultan

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis secara sederhana sebagai dugaan sementara. Hipotesis berasal dari bahasa yunani *hypo* yang berarti di bawah dan *thesis* yang berarti pendirian, pendapat yang ditegakkan, kepastian. Jika dipahami secara bebas, maka hipotesis berarti pendapat yang kebenarannya masih belum bisa untuk dipercaya atau masih diragukan. Jadi untuk menghilangkan suatu rasa keraguan dan untuk memastikan kebenaran dari pendapat tersebut, maka dalam suatu hipotesis harus di uji atau dibuktikan kebenarannya.

Untuk membuktikan kebenaran pada hipotesis, seorang peneliti dapat dengan sengaja menciptakan suatu gejala, yakni melalui percobaan atau penelitian. Jika

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

hipotesis sudah di uji kebenarannya maka hipotesis akan di sebut teori. Dengan adanya penelitian maka kami sebagai peneliti membuat dugaan sementara sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Kopi Di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

   Secara empiris menunjukkan bahwa variabel harga memiliki peran strategis dalam mempengaruhi tingkat permintaan dan jumlah produk yang dibeli konsumen. Penetapan harga merupakan bagian dari strategi pemasaran yang secara langsung mempengaruhi persepsi nilai, preferensi, dan keputusan pembelian konsumen. Semakin tepat harga yang ditetapkan dilihat dari kesesuaian dengan kualitas produk, daya beli konsumen, dan kondisi persaingan pasar semakin besar kemungkinan terjadinya peningkatan volume penjualan.[33] Selain itu, Penelitian oleh Fuji Setia Lestari menunjukkan bahwa harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekonomi petani kopi. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa semakin tepat harga yang ditetapkan, maka semakin besar kemungkinan produk kopi terserap pasar.[34] Maka dari itu, hipotesis penelitian ini yaitu:

   H1: Harga Berpengaruh dan Signifikan Terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

33 Iis Nurlela, Rini Agustin Eka Yanti, and Firman Aryansyah, 'Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Pendahuluan Perkembangan Dunia Usaha Saat Ini Berjalan Dengan Pesat , Yang Secara Tidak Langsung Menciptakan Suatu Persaingan Dibidang Pemasaran . Hal Ini Menuntut Pelaku Ekonomi Untuk Lebih Peka , K', *J-KIP (Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan)*, 2.3 (2021), 179–84.

34 Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi and Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam, 'Oleh: Fuji Setia Lestari Nim: 18681025 Program Studi Ekonomi Syariah', Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi and Syariah Dan Ekonomi Islam. 2022.

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Kopi Di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

   Biaya produksi merupakan faktor yang menentukan biaya pokok per unit barang**,** sehingga penetapan biaya produksi yang efisien dapat mempengaruhi harga jual dan volume penjualan. Penelitian empiris di UD. Sinar Abadi menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap volume penjualan produk**.**[35] Selain itu, Penelitian oleh Dian Sandalayuk, Dwibin Kannapadang, dan Ade Lisa Matasik menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap omset penjualan kopi. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pengelolaan biaya produksi yang baik dapat mendorong peningkatan penjualan produk kopi.[36] Maka dari itu, hipotesis penelitian ini yaitu:

   H2: Biaya Produksi Berpengaruh dan Signifikan Terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

3. Pengaruh Harga dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Kopi Di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

   Harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi jumlah barang yang dibeli konsumen, sehingga penetapan harga yang tepat akan menentukan tinggi-rendahnya volume penjualan. Selain itu, teori biaya produksi dalam ekonomi mikro menjelaskan bahwa semakin efisien biaya produksi, semakin kompetitif harga yang dapat ditawarkan produsen, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan. Penelitian empiris juga mendukung hubungan ini; misalnya, studi pada industri makanan dan minuman menunjukkan bahwa harga dan biaya produksi memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan

35 No Desember, Pia Cinta, and Sinar Abadi, 'Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pia Cinta Di UD. Sinar Abadi', *Jurnal Artha Satya Dharma*, 13.2 (2020), 69–74.

36 Dian Sandalayuk, Dwibin Kannapadang, and Ade Lisa Matasik, 'Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Omset Penjualan Kopi Toraja', *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3.3 (2023), 124–36..

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

volume penjualan karena keduanya menentukan daya saing produk di pasar.[37] Selain itu, Penelitian oleh Mahfidah Puspa Dina menunjukkan bahwa biaya produksi secara simultan dengan variabel lain berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pengendalian biaya produksi yang baik dan penetapan harga yang tepat dapat mendorong peningkatan volume penjualan.[38] Maka dari itu, hipotesis penelitian ini yaitu:

H3: Harga dan Biaya Produksi Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

37 Nini Rostiana and Febryandhie Ananda, 'Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Pada Industri Roti Di Kota Padang', *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Vol.3, No.2 Juni 2023*, 3.2 (2023).

38 Mahfidah Puspa Dina, 'Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan', 2019 .

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif merupakan suatu metode pengujian teori-teori tertentu dengan menguji hubungan antar variabel. Variabel-variabel tersebut diukur sengga datanya terdiri dari angka-angka yang dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif diambil dalam penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menarik kesimpulan tentang hasil berdasarkan kemungkinan kesalahan ketikan menolak hipotesis nol.

Dengan metode kuantitatif akan diperoleh makna perbedaan kelompok atau makna hubungan antar variabel penelitian. Secara umum penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan dengan sampel yang besar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional dengan tujuan untuk mendeteksi sejauh mana variasi suatu faktor berhubungan dengan variasi satu atau lebih faktor lainnya berdasarkan koefisien korelasi.[39]

Menurut sugiyono metode penelitian kuantitatif dapat dipahami sebagai metode penelitian yang berlandaskan filosofi instrument, digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan alat penelitian, analisis data kuantitatif/instrumen, untuk keperluan pengujian hipotesis yang telah ditentukan.[40]

39 Creswell, 'Metode Penelitian Kuantitatif', 01 (2016), 05.

40 Supardi, 'Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis , (Yogyakarta : UII Press Yogyakarta, 2005), Hal.10 47', 47–54.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

B. Lokasi dan Waktu Penelitian.

1. Lokasi Penelitian.

Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan di Desa Letta, Kabupaten Pinrang. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut adalah karena Desa Letta merupakan salah satu wilayah yang memiliki kegiatan produksi dan penjualan kopi yang cukup aktif. Selain itu, peneliti juga merupakan masyarakat yang berdomisili di Desa Letta, sehingga memiliki kemudahan dalam mengakses data dan memahami kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat. Desa Letta menjadi lokasi yang tepat untuk meneliti pengaruh harga dan biaya produksi terhadap volume penjualan kopi, mengingat banyaknya petani dan pedagang kopi yang berperan dalam rantai pemasaran di daerah ini. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai hubungan antara harga, biaya produksi, dan volume penjualan kopi di tingkat lokal.

2. Waktu Penelitian.

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal proposal ini di terima dalam kurung waktu kurang lebih 2 (dua) bulan, 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung.

C. Populasi dan Sampel.

1. Populasi.

Menurut Sugiyono populasi adalah suatu bidang umum yang mencakup objek/subyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam melakukan penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh petani kopi di Desa Letta, Kabupaten Pinrang**.** Adapun jumlah keseluruhan populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 orang tahun 2025.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Sampel.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Namun, mengingat jumlah populasi dalam penelitian ini relatif kecil dan masih memungkinkan untuk dijangkau seluruhnya, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh (sensus), yaitu teknik penentuan sampel dengan mengambil seluruh anggota populasi sebagai sampel penelitian. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 orang**,** yang sama dengan jumlah populasi. Penggunaan sampel jenuh dimaksudkan agar hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi populasi secara lebih akurat dan mengurangi tingkat kesalahan dalam penarikan kesimpulan.[41]

D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.

Pengertian teknik pengumpulan data menurut Arikunto adalah metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti, dimana metode tersebut menunjukkan bahwa yang abstrak tidak dapat diwujudkan dalam suatu benda yang kelihatan, tetapi dapat dibuktikan kegunaannya.[42] Dalam hal ini penulis menggunakan informasi yang dikumpulkan dengan cara mendatangi langsung objek penelitian untuk mendapatkan informasi yang benar dan lebih detail, maka peneliti menggunakan metode sebagai berikut :

a. Metode Kuesioner

Kuesioner (Angket). Kuesioner digunakan sebagai instrument utama penelitian. Kuesioner ini disusun dalam bentuk skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang, dengan lima pilihan jawaban, mulai dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Kuesioner dibagikan secara daring (menggunakan

41 Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif* (CV Saba Jaya Publisher, 2019).

42 Arikunto Suharsimi, 'Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.', *Jakarta: Rineka Cipta*, 2013, p. 172.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Google Form) kepada responden yang telah memenuhi kriteria *purposive sampling*.

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.[43]

Wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu yang dilkaukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertayaan dan orang yang sedang di wawancarai yang menjawab pertanyaan.[44] Dalam hal ini metode wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara terstruktur, dimana pihak wawancara mendefinisikan masalah dan pertayaan yang ingin diajukan selama penelitian.

b. Metode Observasi

Observasi adalah proses melihat, mengamati, memperhatikan, dan mencatat tingkah laku secara sistematis untuk tujuan tertentu.[45] Dalam penelitian berjudul "Pengaruh Harga dan Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang", peneliti menggunakan metode observasi untuk memperoleh data nyata di lapangan yang berkaitan dengan kegiatan produksi dan penjualan kopi oleh para petani dan pedagang.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kumpulan informasi yang diperoleh dari dokumen dan pustaka sebagai bahan analisis dalam penelitian ini.[46]

Metode ini merupakan suatu metode pengumpulan data yang memberikan pertimbangan-pertimbangan penting terhadap permasalahan yang

---

43 Nita Dian and Lina Noersanti, 'Pengaruh Komunikasi, Disiplin, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pt. Extrupack Bekasi Barat', *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 3, 2020, 1–25.

44 Basrowi dan Suwandi, 'Memahami Penelitian Kualitatif', 2000, hal 135.

45 Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,Dan Tindakan*, 2012.

46 Basrowi dan Suwandi, *Memahami penelitian kualitatif,*.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

diteliti untuk memperoleh data yang valid dan lengkap serta tidak berdasarkan penilaian. Metode ini hanya mendokumentasikan informasi yang digunakan dalam wawancara dan observasi lapangan. Ada tiga metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner, observasi dan dokumentasi, dimana metode ini dilakukan langsung di lokasi penelitian. Angket atau kuesioner teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, observasi dilakukan secara sistematis, dan terakhir informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti di dokumentasikan.

Karena penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, maka teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *Statistical Package for The Sosial Sciences* (SPSS), IBM SPSS *Statistics* Versi 31.0.0.

E. Definisi Operasional Variabel.

Sifat atau nilai dari objek kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan dikenal sebagai definisi operasional (Sugiyono) Untuk menghindari kebingungan saat mengumpulkan data, definisi variabel penelitian harus dibuat. Berikut adalah definisi operasional variabel dalam penelitian ini:

1. Variabel Bebas atau Independen (X) mengatakan bahwa variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, atau *antecedent.* Dalam bahasa Indonesia, variabel bebas juga digunakan.Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (dependen). Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah Harga ($X1$) dan Biaya produksi ($X2$).
2. Variabel Terikat atau Dependen (Y), menyebutkan bahwa variabel dependen sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variable terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (independen). variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah volume penjualan kopi.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

NO.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Harga (X1)	Harga adalah sejumlah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk kopi, yang ditetapkan oleh penjual dengan mempertimbangkan kemampuan daya beli konsumen, kualitas produk, kondisi persaingan, serta kestabilan harga di pasar.	1. Keterjangkauan harga[47] 2. Kesesuian Harga Dengan Kualitas Produk 3. Daya saing harga 4. Stabilitas harga[48]	Likert
2.	Biaya Produksi (X2)	Biaya produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan	1. Biaya Bahan Baku Langsung	Likert

47 Liharman Saragih, Astri Rumondang Banjarnahor, Novy Anggraini Andriasan Sudarso, Yurilla Endah Muliatie, Darwin Lie Yudiyanto Joko Purnomo, Bonaraja Purba, Eko Sudarmanto Sony Kuswandi.

48 Taufik Manajemen Pemasaran (Jalan Lingkar Caringin Cisoka Tangerang: Media Edukasi Indonesia (Anggota IKAPI), 2023).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

NO.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		dalam proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi**,** yang meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.	2. Biaya tenaga kerja langsung 3. *Overhead* Pabrik[49]	
3.	Volume penjualan kopi (Y)	Volume penjualan adalah jumlah keseluruhan kopi yang berhasil dijual oleh pelaku usaha dalam periode tertentu yang mencerminkan tingkat keberhasilan kegiatan pemasaran dan penjualan kopi di pasar.	1. Jumlah Produk yang Terjual 2. Pertumbuhan Penjualan 3. Nilai Penjualan[50]	Likert

49 Sahla Akuntansi Biaya Panduan Perhitungan Harga Pokok Produk, ed. by Adi Pratomo (Banjarmasin: Poliban Press, 2020).

50 Adoe and Permadi Buku Manajemen Penjualan & Kewiraniagaan, ed. by MM Vera Selviana Adoe, S.P., M.M dan Indra Permadi, SE (CV.Science Techno Direct, 2024).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

F. Instrumen Penelitian.

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian agar pekerjaannya menjadi lebih mudah dan baik, dalam arti lebih cermat, lengkap sistematis sehingga lebih mudah untuk diolah.[51]

Dari definisi tersebut dapat dipahami bahwa instrumen yaitu suatu alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data secara sistematis dan lebih mudah. Instrumen penelitian menempati posisi teramat penting dalam hal bagaimana dan apa yang harus dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data. Adapun instrument yang digunakan dalam penelitian adalah pedoman observasi, pedoman angket, serta pedoman dokumentasi.

Tabel 3. 2 Skala Likert.

Kategori Jawaban	Poin
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju(KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono tahun 2013

Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner tertutup yang memuat pertanyaan-pertanyaan terkait harga dan biaya produksi serta volume penjualan.

51 Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (ALFABETA, 2013).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

G. Teknik Analisis Data.

Analisis data mencakup banyaknya pengamatan yaitu mengkategorikan data, mengatur data, manipulasi data, menjumlahkan data yang di arahkan untuk memperoleh jawaban dari masalah penelitian.

Untuk kajian penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif dengan pendekatan mode analisis data bertujuan untuk meringkas data dalam bentuk yang mudah dipahami dan ditafsirkan, sehingga hubungan antara problem penelitian dapat dipelajarai dan diuji.

1. Uji Kualitas Data.

a. Uji Validitas.

Uji validitas adalah indeks yang menunjukkan bahwa alat ukur benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini berkaitan dengan akurasi eksperimen. Pengujian validitas dilakukan untuk memastikan jawaban responden sesuai untuk penelitian ini. Alat ukur dianggap valid apabila nilai r hitung (*correlated*/total indikator) lebih besar dari r tabel, yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data valid. Sebaliknya, jika nilai r hitung kurang dari r tabel, alat ukur dianggap tidak valid.

Untuk menguji validitas item dengan korelasi persentase, skor item dibandingkan dengan skor totalnya. Kemudian, untuk menguji signifikansi, kriteria r tabel diuji pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji dua sisi. Jika nilai positif dan r hitung > r tabel, maka item dianggap valid, jika nilai r hitung < r tabel, maka item dianggap tidak valid.[52]

b. Uji Reliabilitas.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian, yaitu sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dilakukan berulang kali terhadap subjek yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan

52 Andi Arsi, 'Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss', 2021, 1–8.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.[53] Nilai tersebut menunjukkan bahwa item-item dalam kuesioner memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

2. Uji Asumsi Klasik.

Faktor-faktor seperti autokorelasi, heteroskodestisitas, normalitas, dan multikolinearitas diuji dalam pengujian asumsi klasik untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan estimasi, tidak bias, dan konsisten.

a. Uji Normalitas.

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, antara veriabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai Asymptotic Signifikan (2 tailed) > 0,05, maka nilai residual berdistribusi normal tetapi jika Asymptotic Signoficant (2-tailed) < 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal.[54]

b. Uji Multikolineritas.

Multikolinearitas berarti adanya hubungan liniear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan (independen) dari model regresi. Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan *Variance Inflation* Faktor (VIF). Apabila nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF <

53 Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro., 2018).

54 Suhartati Jaka Maulana, 'Pengaruh Return On Asset (Roa) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Land Journal*, 3 (2022), 102–13.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

10, maka tidak terdapat persoalan multikolinearitas diantara variabel bebas. Jika terjadi sebaliknya maka terdapat persoalan multikolinearitas.[55]

c. Uji Heteroskedastisitas.

Uji heterogenitas bertujuan untuk memeriksa apakah dalam model regresi terdapat ketimpangan varians residu dari pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain. Jika varians dari sisa pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain adalah konstan maka kita berbicara tentang heterogenitas dan jika variansnya konstan atau tidak berubah maka kita berbicara tentang heterogenitas. Model regresi yang baik adalah heteroskedastisitas atau tidak terjadi heterogenitas. Pengujian ini dilakukan dengan melihat pola tertentu pada grafik dimana sumbu Y adalah yang diprediksikan dan sumbu X adalah residual yang telah distandarizet. Dasar pengambilan keputusan:

1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentu suatu pola teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heterokedastisitas.
2) Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0(nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.[56]

3. Analisis Regresi Linear Berganda.

Karena penelitian ini memiliki lebih dari satu variabel terikat, Analisis Regresi Linear berganda digunakan. Pengaruh Harga (X1), Biaya produksi (X2) terhadap volume penjualan kopi (Y) diukur dengan menggunakan Analisi Regresi Berganda. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan sebagai berikut :

---

55 Shabran Jamil Ahmad And Others, 'Pengaruh Inflasi Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2021', *Jurnal Economina*, 1.November (2022).

56 Nuriati, 'Pengaruh Financial Literacy Dan Digital Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM Di Kec. Lembang', *Diss. IAIN Parepare*, 2024.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Volume Penjualan

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi masing-masing variabel

X_1 = Harga

X_2 = Biaya produksi

e = Error atau tingkat kesalahan[57]

4. Uji Hipotesis.

Pengujian hipotesis dilakukan tiga jenis pengujian yaitu Uji Parsial (Uji t), Uji Simultan/Fisher (Uji F) dan Uji Koefisien Determinasi (R^2). Berikut pemaparannya dalam penelitian (Siti Fatimah).

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Menurut Siregar. S (2013) Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh parsial (sendiri yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1) H1: Harga Berpengaruh dan Signifikan Terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.
2) H2: Biaya Produksi Berpengaruh dan Signifikan Terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

a) Jika t hitung > t tabel, atau Sig < 0,05 maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

b) Jika t hitung < t tabel, atau Sig > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

57 Nuzwan Sudariana and others, 'Analisis Statistik Regresi Linier Berganda', 2021.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F).

Uji f bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan dasar pengambilan sebagai berikut:

H3: Harga dan Biaya Produksi Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

a) Jika F hitung > F tabel, atau Sig < 0,05 maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
b) Jika F hitung < F tabel, atau Sig > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh X secara simultan terhadap variabel Y.[58]

5. Koefisien Determinasi.

Koefisien Determinasi (R^2) berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel Harga dan Biaya Produksi secara simultan terhadap variabel Volume Penjualan Kopi.[59]

58 Ratnawati Susanto Reka Rahayu, 'Pengaruh Kepemimpinan Guru Dan Keterampilan Manajemen Kelas Terhadap Perilaku Belajar Siswa Kelas Iv', *Jurnal Pendidikan Dasar Perkhasa*, 4 (2018), 220–29.

59 Olgi Surya, '"Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Keberlanjutan Usaha Umkm Kota Pekanbaru"', 2023, 49.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian.

1. Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Karakteristik

Responden yang menjadi sampel didalam penelitian ini sebanyak 75 orang. Profil responden terdiri dari Nama lengkap, Jenis kelamin, Usia. Adapun hasilnya dapat dilihat dibawah ini.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Perempuan	37	49,3%
Laki-laki	38	50,7%
Total	75	100%

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0,2026.

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa 75 menjadi sampel dalam penelitian. Responden dengan jenis kelamin perempuan 37 responden dengan presentase sebesar 49,3% dan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 38 responden dengan presentase 50,7%. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden jenis kelamin laki-laki.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
20-30 Tahun	13	17,3%
31-40 Tahun	14	18,7%
41-50 Tahun	28	37,4%
51-60 Tahun	11	14,6%
61-75 Tahun	8	10,7%

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

98 Tahun	1	1,3%
Total	75	100%

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0,2026.

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa 75 menjadi sampel dalam penelitian. Reseponden dengan jumlah responden terbanyak berada pada kelompok usia 41–50 tahun dengan frekuensi 28 orang, sehingga kelompok usia ini mendominasi responden penelitian. Sementara itu, jumlah responden paling sedikit terdapat pada usia 98 tahun dengan frekuensi 1 orang, yang menunjukkan bahwa responden pada usia sangat lanjut hanya sedikit dibandingkan kelompok usia lainnya.

2. Instrumen Penelitian

Tabel 4. 3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga(X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1.	Saya merasa harga kopi ini sesuai dengan kemampuan ekonomi masyarakat sekitar.	2	3	3	59	8	293
		2,7 %	4%	4%	78,7 %	10,6 %	100%
2.	Harga produk ini tidak memberatkan konsumen.	1	1	3	59	11	303
		1,3 %	1,3 %	4%	78,7 %	14,7 %	100%
3.	Saya menilai harga kopi yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang diperoleh.	1	1	6	54	13	302
		1,3 %	1,3 %	8%	72%	17,4 %	100%
4.	Kualitas kopi yang ditawarkan sebanding dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen.	0	2	4	57	12	304
		0%	2,7 %	5,3 %	76%	16%	100%
5.	Harga kopi yang ditawarkan	0	1	4	52	18	312

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

	mampu bersaing dengan harga produk sejenis dipasaran.	0%	1,3 %	5,3 %	69,4 %	24%	100%
6.	Harga kopi ini lebih kompetitif dibandingkan produk kopi dari penjual lain.	0	1	8	54	12	302
		0%	1,3 %	10,7 %	72%	16%	100%
7.	Harga kopi yang ditetapkan relatif stabil dan tidak sering mengalami perubahan.	1	2	9	53	10	294
		1,7 %	2,3 %	12%	70,7 %	13,3 %	100%
8.	Perubahan harga kopi, jika terjadi, masih berada dalam batasyang wajar.	1	1	7	54	12	300
		1,3 %	1,3 %	9,4 %	72%	16%	100%

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0,2026.

Berdasarkan tabel 4.3 distribusi jawaban responden untuk variabel Harga(X1) diperoleh data terdiri dari 8 item pernyataan dengan 75 responden.

Distribusi jawaban responden variabel Harga (X1), dapat dijelaskan bahwa mayoritas responden cenderung memberikan jawaban Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS) pada hampir semua pernyataan. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden menilai harga kopi sudah sesuai, terjangkau, dan sebanding dengan kualitas yang diperoleh.

Pada setiap pernyataan, persentase jawaban Setuju selalu mendominasi dibandingkan pilihan lainnya. Ini berarti sebagian besar responden merasa harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan kemampuan ekonomi masyarakat dan kualitas produk yang diterima. Jawaban Sangat Setuju juga cukup tinggi, yang semakin memperkuat bahwa persepsi terhadap harga tergolong positif.

Meskipun demikian, masih terdapat sebagian kecil responden yang memilih Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Bahkan pada salah satu pernyataan terdapat 2 responden yang memilih Sangat Tidak Setuju. Hal ini menunjukkan bahwa di lapangan masih ada responden yang menilai harga belum

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

sepenuhnya sesuai, kemungkinan karena perbedaan daya beli atau kondisi ekonomi masing-masing.

Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Biaya Produksi (X2)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1.	Biaya bahan baku yang digunakan dalam produksi kopi sesuai dengan kebutuhan produksi.	0	3	7	58	7	294
		0%	4%	9,3 %	77,3 %	9,4%	100%
2.	Penggunaan bahan baku dilakukan secara efisien untuk menghindari pemborosan.	0	0	3	61	11	308
		0%	0%	4%	81,3 %	14,7 %	100%
3.	Produktivitas tenaga kerja berpengaruh terhadap besarnya biaya produksi kopi.	1	1	4	59	10	301
		1,3 %	1,3 %	5,3 %	78,7 %	13,4 %	100%
4.	Efisiensi kerja tenaga produksi dapat menekan biaya tenaga kerja.	0	1	11	55	8	295
		0%	1,3 %	14,7 %	73,3 %	10,7 %	100%
5.	Biaya pemeliharaan mesin dan peralatan produksi mempengaruhi total biaya produksi.	0	0	9	55	11	302
		0%	0%	12%	73,3 %	14,7 %	100%
6.	Biaya pengawasan dan administrasi pabrik berperan dalam menentukan efisiensi produksi.	1	0	6	57	11	298
		1,3 %	0%	8%	76%	14,7 %	100%

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0,2026.

Berdasarkan tabel 4.4 distribusi jawaban responden untuk variabel Biaya Produksi (X2) diperoleh data terdiri dari 6 item pernyataan dengan 75 responden. Dapat dijelaskan bahwa secara umum jawaban responden didominasi oleh

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pilihan Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS) pada seluruh pernyataan. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai aspek biaya dan proses produksi sudah berjalan dengan baik dan efisien.

Pada pernyataan pertama, sebagian besar responden setuju (77,3%) bahwa biaya bahan baku sesuai dengan kebutuhan produksi. Pada pernyataan kedua, 81,3% responden setuju bahwa penggunaan bahan baku dilakukan secara efisien untuk menghindari pemborosan. Ini menunjukkan adanya pengelolaan bahan baku yang cukup baik.

Pada pernyataan ketiga dan keempat, mayoritas responden juga memilih setuju (masing-masing sekitar 78,7% dan 73,3%), yang berarti produktivitas tenaga kerja dan efisiensi kerja dinilai berpengaruh dalam menekan biaya produksi. Begitu pula pada pernyataan kelima dan keenam, sebagian besar responden setuju bahwa biaya pemeliharaan mesin serta biaya pengawasan dan administrasi berperan dalam menentukan total dan efisiensi biaya produksi.

Meskipun terdapat sedikit responden yang memilih Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS), jumlahnya relatif kecil dibandingkan yang setuju. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa variabel Produksi (X2) dinilai baik oleh mayoritas responden, terutama dalam hal efisiensi bahan baku, tenaga kerja, dan pengelolaan biaya produksi.

Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Volume Penjualan Kopi(Y)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1.	Jumlah produk yang Anda jual mengalami peningkatan dalam periode penjualan terakhir.	1	3	10	49	12	293
		1,3 %	4%	13,3 %	65,4 %	16%	100%
2.	Jumlah produk yang terjual	2	3	16	39	15	287

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

	setiap bulan mampu memenuhi target penjualan yang telah ditetapkan.	2,7 %	4%	21,3 %	52%	20%	100%
3.	Volume penjualan usaha Anda menunjukkan pertumbuhan dari waktu ke waktu.	1	0	13	45	16	300
		1,3 %	0%	17,3 %	60%	21,4 %	100%
4.	Penjualan produk Anda saat ini lebih tinggi dibandingkan periode sebelumnya.	2	1	13	42	17	296
		2,7 %	1,3 %	17,3 %	56%	22,7 %	100%
5.	Nilai penjualan (total pendapatan) usaha Anda mengalami peningkatan dalam beberapa waktu terakhir.	1	2	11	45	16	296
		1,3 %	2,7 %	14,7 %	60%	21,3 %	100%
6.	Nilai penjualan yang diperoleh sudah sesuai dengan harapan usaha Anda.	2	0	14	42	17	297
		2,7 %	0%	18,7 %	56%	22,6 %	100%

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0,2026.

Berdasarkan tabel 4.5 distribusi jawaban responden untuk variabel Volume penjualan kopi(Y) diperoleh data terdiri dari 6 item pernyataan dengan 75 responden. Penjualan Kopi (Y), mayoritas responden memilih jawaban Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS) pada seluruh pernyataan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha merasakan adanya peningkatan penjualan, baik dari segi jumlah produk yang terjual maupun nilai pendapatan yang diperoleh.

Pada setiap indikator, persentase jawaban Setuju berada pada angka tertinggi (sekitar 52%–65%), disusul Sangat Setuju yang juga cukup besar (sekitar 16%–22%). Ini berarti sebagian besar responden menilai bahwa volume penjualan mengalami pertumbuhan dari waktu ke waktu dan penjualan saat ini lebih baik dibandingkan periode sebelumnya. Walaupun terdapat beberapa responden yang memilih Kurang Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju, jumlahnya relatif kecil sehingga tidak mempengaruhi dominasi penilaian positif.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Dapat disimpulkan bahwa variabel penjualan kopi (Y) berada dalam kategori baik, karena mayoritas responden merasakan adanya peningkatan volume dan nilai penjualan serta pencapaian target usaha.

B. Pengujian Persyaratan Analisis Data.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, dan nilai minimum.

Tabel 4. 6 Hasil Analisis Descriptive Statistics

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	75	20.00	40.00	32.0133	2.98869
Biaya Produksi	75	11.00	30.00	23.7867	2.50023
Volume Penjualan Kopi	75	9.00	30.00	23.5333	4.04813
Valid N (listwise)	75				

Sumber: Data diolah dengan IMB SPSS 31.0.0,2026

Dari tabel 4.6 dapat dilihat bahwa penelitian ini menggunakan 2 variabel independen (x) dan 1 variabel dependen (y), yaitu harga=x1, biaya produksi=x2, dan y=volume penjualan kopi , jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 75 responden.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Berdasarkan hasil uji deskriptif diatas, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapatkan oleh peneliti adalah :

1. Nilai minimal variabel X1 yaitu 20, nilai maksimal 40, nilai rata-ratanya 32.0133 dan standar devisiasinya yaitu 2.98869.
2. Nilai minimal variabel X2 yaitu 11, nilai maksimal 30, nilai rata-ratanya 23.7867 dan standar devisiasinya yaitu 2.50023.
3. Nilai minimal variabel Y yaitu 9, nilai maksimal 30, nilai rata-ratanya 23.5333 dan standar devisiasinya yaitu 4.04813.

2. Uji Validitas

Instrumen penelitian valid jika mampu mengukur apa yang hendak dari variabel yang diteliti. Untuk mengukur validitas dapat digunakan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel dimana:

a. Jika r hitung> r tabel, maka item pernyataan dikatakan valid.

b. Jika r hitung< r tabel, maka item pernyataan dikatakan tidak valid.[60]

Dinyatakan valid apabila pada taraf signifikan 5% (0.05). Dalam penelitian ini besar df (*degree of freedom*) yaitu 73 dengan rumus df = N-2 dimana N = jumlah sampel dalam penelitian ini (75 sampel) jadi, df = (75 - 2) = 73. dengan taraf signifikansi 0,05 untuk uji dua arah, maka diperoleh nilai 0,227.

Jadi, apabila hasil dari r hitung tiap item pernyataan melebihi angka 0,227 maka item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas disajikan dalam tabel berikut :

60 Andi Arsi. 'Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss', 2021, 1–8.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel X1 dan X2

Variabel	No. Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Nilai Signifikan	Keterangan
Harga	1	0,631	0,227	0,000	Valid
	2	0,723	0,227	0,000	Valid
	3	0,481	0,227	0,000	Valid
	4	0,585	0,227	0,000	Valid
	5	0,500	0,227	0,000	Valid
	6	0,622	0,227	0,000	Valid
	7	0,299	0,227	0,009	Valid
	8	0,772	0,227	0,000	Valid
Biaya Produksi	1	0,707	0,227	0,000	Valid
	2	0,558	0,227	0,000	Valid
	3	0,635	0,227	0,000	Valid
	4	0,779	0,227	0,000	Valid
	5	0,706	0,227	0,000	Valid
	6	0,711	0,227	0,000	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0,2026

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas variabel X, dapat diketahui bahwa nilai dari jumlah 14 item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 100% item pernyataan dalam kuesioner tersebut dinyatakan Valid.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	No. Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Nilai Signifikan	Keterangan
Volume Penjualan Kopi	1	0,845	0,227	0,000	Valid
	2	0,834	0,227	0,000	Valid
	3	0,717	0,227	0,000	Valid
	4	0,839	0,227	0,000	Valid
	5	0,723	0,227	0,000	Valid
	6	0,883	0,227	0,000	Valid

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0,2026

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas variabel Y, dapat diketahui bahwa nilai dari jumlah 6 item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 100% item pernyataan dalam kuesioner tersebut dinyatakan Valid.

3. Uji Reliabilitas

Dalam menguji reliabilitas digunakan uji konsistensi internal dengan menggunakan nilai *Cronbach Alpha*, Kriteria yang digunakan adalah:

a. Jika nilai *Cronbach Alpha*> 0,60 maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.
b. Jika nilai *Cronbach Alpha*< 0,60 maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.[61]

61 Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro., 2018).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 dan X2

No.	Variabel	Nilai *alpha Cronbach*	Nilai Reliabilitas	Keterangan
1.	Harga	0,710	0,60	Reliabel
2.	Biaya Produksi	0,772	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0,2026

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji reliabilitas varibel X didapatkan nilai Variabel X1 = 0,710, Varibel X2 = 0,772, dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen variebel X dalam penelitian ini Reliabel.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

No.	Variabel	Nilai *alpha Cronbach*	Nilai Reliabilitas	Keterangan
1.	Volume Penjualan Kopi	0,894	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0,2026

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji Reliabilitas Varibel Y didapatkan nilai Varibel Y= 0,894 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen variabel Y dalam penelitian ini Reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolonieritas adalah uji prasyarat yang dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan, dengan tujuan agar dapat menghasilkan model regresi yang memenuhi kriteria BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*), yang berarti adanya hubungan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

sempurna, linier dan pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi.[62]

a. Uji Normalitas

1. Uji Kolmogorov-Smirnov

Tabel 4. 11 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			75
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.01889166
Most Extreme Differences	Absolute		.146
	Positive		.146
	Negative		-.104
Test Statistic			.146
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			<.001
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		<.001
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.001
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.			

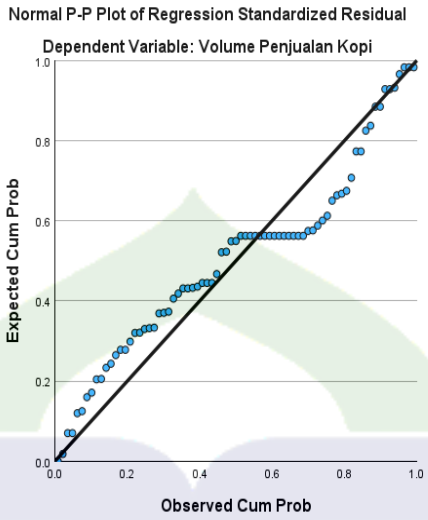
Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0,2026

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji kolmogorov didapatkan nilai 0,001 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tidak berdistribusi secara normal.

62 Suhartati, Jaka Maulana, 'Pengaruh Return On Asset (Roa) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Land Journal*, 3 (2022), 102–13.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

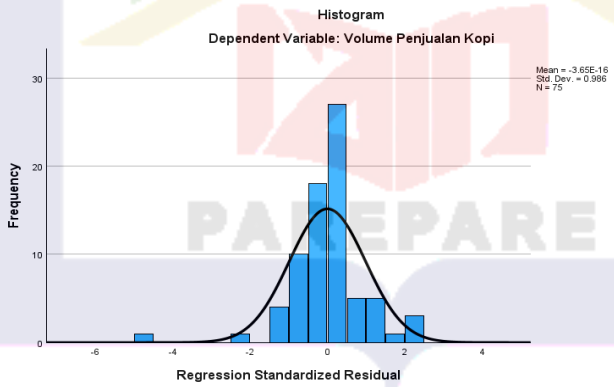
2. Uji Grafik P-Plot



Gambar 4. 1 Hasil Uji Grafik P-Plot

Berdasarkan gambar 4.1 hasil uji grafik P-Plot diatas dapat dilihat titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel berdistribusi secara normal.

3. Uji Histogram



Gambar 4. 2 Hasil Uji Histogram

Berdasarkan gambar 4.2 hasil uji histogram diatas menggambarkan pola distribusi yang tidak menceng ke kanan dan ke kiri, tetapi tepat ditengah seperti bentuk lonceng sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel berdistribusi secara normal.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5.325	3.966		-1.343	.184		
	Harga	.906	.165	.669	5.498	<.001	.522	1.915
	Biaya Produksi	-.006	.197	-.004	-.029	.977	.522	1.915
a. Dependent Variable: Volume Penjualan Kopi								

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0,2026

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat bahwa :

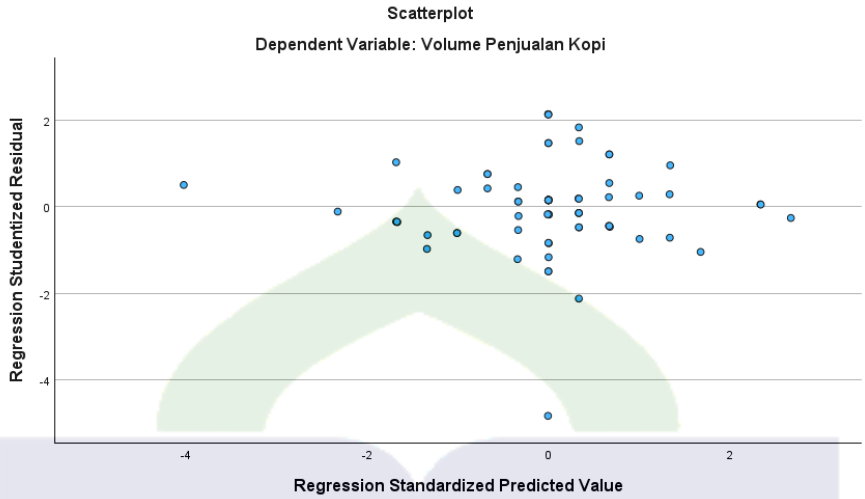
1) Nilai VIF Harga (X1) adalah 1,915 < 10 dan nilai tolerance value 0,522> 0,10, maka data tersebut tidak terjadi multikolieritas.
2) Nilai VIF variabel Biaya Produksi (X2) adalah 1,915 < 10 dan nilai tolerance value adalah 0,522 > 0,10, maka data tersebut tidak terjadi multikolieritas.[63]

Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel X diatas tidak terjadi multikolonieritas pada model regresi, sehingga kedua variabel independen layak digunakan dalam penelitian.

63 Ahmad and others, Shabran Jamil Ahmad And Others, 'Pengaruh Inflasi Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2021', *Jurnal Economina*, 1.November (2022)..

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.3, hasil uji heteroskedastisitas menunjungkan bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol serta tidak membentuk pola tertentu. Hal ini mengidikasikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas delam model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	538.252	2	269.126	28.732	<.001[b]
	Residual	674.414	72	9.367		
	Total	1212.667	74			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0 ,2026

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Pada tabel 4.13 diketahui nilai F hitung 28,732 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 < 0,05, maka diprediksi adanya pengaruh Harga (X1) dan Biaya Produksi (X2) terhadap variabel Volume Penjualan Kopi (Y).

Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5.325	3.966		-1.343	.184		
	x1	.906	.165	.669	5.498	<.001	.522	1.915
	x2	-.006	.197	-.004	-.029	.977	.522	1.915
a. Dependent Variable: y								

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0,2026

Berdasarkan tabel 4.14 didapatkan informasi tentang rumus persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah sebagai berikut :

Y = α + β1X1 + β2X2 + e

Y = -5.325 + 0,906.X1-0,006.X2+e

Hasil dari analisis tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Nilai konstanta diatas sebesar -5.325, dapat diartikan apabila Harga dan Biaya Produksi konstan atau tetap, maka nilai dari variabel Volume Penjualan Kopi bernilai negatif sebesar -5.325 satuan.
b. X1 (Harga) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,906. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan harga sebesar 1% maka volume penjualan kopi juga akan mengalami kenaikan sebesar variabel pengalinya 0,906 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.
c. X2 (Biaya Produksi) menunjukkan nilai tidak signifikan sebesar -0,006. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan biaya produksi sebesar 1% maka volume

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

penjualan kopi juga akan mengalami penurunan sebesar variabel pengalinya -0,006 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.

6. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah menguji dan membuktikan jawaban sementara atau hipotesis penelitian terhadap masalah yang masih bersifat praduga. Didalam penelitian ini terdapat 3 hipotesis dimana hipotesis H0 berarti hipotesis ditolak atau tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y dan hipotesis H1 diterima atau terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y dan hipotesis H2 berarti hipotesis diterima atau terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

1. Uji T (Parsial)

Uji t pada dasarnya adalah untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

1) Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
2) Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Sebelum melakukan pengujian Hipotesis, terlebih dulu menentukan nilai t tabel dengan rumus :

t tabel	= (a/2 ; n-k-1)
Keterangan : n	= Jumlah Sampel
k	= Jumlah Varibel X
Nilai t tabel	= (0,05/2 ; 75-2-1)
	= (0,025 ; 72)
Nilai t tabel	= 1,994 pada tabel Nilai t table

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tabel 4. 15 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.325	3.966		-1.343	.184
	Harga	.906	.165	.669	5.498	<.001
	Biaya Produksi	-.006	.197	-.004	-.029	.977
a. Dependent Variable: Volume penjualan kopi						

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0,2026

Berdasarkan tabel 4.15 maka pengujian hipotesis untuk Harga (X1), dan Biaya Produksi (X2) adalah :

1) Pengujian hipotesis pertama (H1)

H0: Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang

H1: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar 0,001 < 0,05 dan nilai t hitung 5,498 > nilai t tabel 1,994 yang berarti H1 berpengaruh dan H0 tidak berpengaruh, maka dapat disimpulkan bahwa Harga (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Volume Penjualan Kopi (Y).

2) Pengujian hipotesis kedua (H2)

H0: Biaya Produksi berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang .

H2: Biaya Produksi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar 0,97 > 0,05 dan nilai t hitung -0,029 < nilai t tabel 1,994 yang berarti H0 diterima dan H2 ditolak, maka dapat

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

disimpulkan bahwa Variabel Biaya Produksi (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Volume Penjualan Kopi (Y).

2. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan secara bersama-sama untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

1) Jika nilai sig < 0,05, atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadapt variabel Y.
2) Jika nilai sig > 0,05, atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadapt variabel Y.[64]

Sebelum melakukan pengujian Hipotesis, terlebih dulu menentukan nilai F tabel dengan rumus :

F tabel = (k ; n-k)

Keterangan :

N = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel X

Nilai F tabel = (2 ; 75-2)

F = (2 ; 73)

Nilai F tabel = 3,12 pada tabel nilai F tabel

64 Reka Rahayu, 'Pengaruh Kepemimpinan Guru Dan Keterampilan Manajemen Kelas Terhadap Perilaku Belajar Siswa Kelas Iv', *Jurnal Pendidikan Dasar Perkhasa*, 4 (2018), 220–29..

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tabel 4. 16 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	538.252	2	269.126	28.732	<.001[b]
	Residual	674.414	72	9.367		
	Total	1212.667	74			
a. Dependent Variable: Volume Penjualan Kopi						
b. Predictors: (Constant), Biaya Produksi, Harga						

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0,2026

Ketentuan hipotesis yakni signifikan > 0,05 artinya menolak Ha, berdasarkan tabel 4.16, bisa diketahui jika nilai signifikansi 0,001. Sehingga bisa ditarik kesimpulan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil daripada derajat signifikansi a sejumlah 0,05. Bisa disimpulkan menolak Ho serta menerima H3. Dengan artian variabel harga serta biaya produksi dengan simultan memberi pengaruh pada volume penjualan kopi.

Pengujian Hipotesis ketiga (H3);

H0 : Variabel harga dan biaya produksi tidak berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

H3 : Variabel harga dan biaya produksi berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

Berdasarkan *output* pada tabel 4.16 diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar 0,001 < 0,05 dan nilai F hitung 28,73 > nilai F tabel 3,12 yang berarti H0 ditolak dan H3 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel (X1) dan biaya produksi (X2) secara bersama-sama (simultan) terhadap volume penjualan kopi (Y).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

7. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Tabel 4. 17 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666[a]	.444	.428	3.06053
a. Predictors: (Constant), Biaya Produksi, Harga				

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 31.0.0,2026

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dengan R Square sebesar 0,444 atau 44,4%. Berarti volume penjualan kopi dapat dijelaskan oleh variabel harga dan biaya produksi sebesar 44,4%, sedangkan sisanya sebesar (100%-44,4%) 55,6% volume penjualan kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

C. Pembahasan.

Berdasarkan hasil analisa data penelitian ini menunjukkan bahwa:

1. Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis secara parsial (uji-t) pada tabel 4.15 diperoleh nilai signifikansi variabel harga memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,906 bernilai positif dan memiliki nilai t-hitung sebesar 5,498 < nilai t-tabel 1,997 serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001>0,05 yang artinya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan kopi, sehingga hipotesis pertama diterima.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel serta nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti bahwa harga berpengaruh

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

positif dan signifikan terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga (X1) memiliki pengaruh terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang. Hal ini sejalan dengan teori pemasaran yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ketika harga yang ditetapkan oleh petani atau pelaku usaha kopi sesuai dengan daya beli konsumen serta sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan, maka minat konsumen untuk membeli kopi akan meningkat. Kondisi tersebut pada akhirnya mendorong terjadinya peningkatan jumlah produk yang terjual, sehingga volume penjualan kopi juga mengalami peningkatan.

Temuan penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fuji Setia Lestari yang menyatakan bahwa harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil ekonomi petani kopi. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tepat harga yang ditetapkan, maka semakin besar pula peluang peningkatan penjualan yang diperoleh. Penetapan harga yang kompetitif mampu menarik perhatian konsumen di tengah persaingan pasar kopi yang cukup tinggi, sehingga produk kopi tetap diminati dan memiliki daya saing di pasar lokal maupun regional.[65]

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang, yang berarti ketika harga meningkat, volume penjualan juga ikut meningkat. Hal ini didukung oleh data lapangan yang menunjukkan bahwa kenaikan harga dari sekitar Rp60.000 menjadi Rp70.000–Rp75.000 per kg diikuti dengan peningkatan produksi dari 2,4 ton menjadi 7 ton serta meningkatnya nilai penjualan . Kondisi ini menunjukkan

65 Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi and Syariah Dan Ekonomi Islam, Oleh Fuji Setia Lestari Nim: 18681025 Program Studi Ekonomi Syariah',2022.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

bahwa kenaikan harga tidak menurunkan penjualan, melainkan terjadi bersamaan dengan meningkatnya permintaan pasar, sehingga petani menjual lebih banyak hasil produksinya.

Secara empiris, fenomena ini dapat dijelaskan karena harga kopi lebih dipengaruhi oleh mekanisme pasar dan persepsi kualitas. Kenaikan harga mencerminkan meningkatnya permintaan serta kualitas produk, sehingga konsumen tetap membeli meskipun harga lebih tinggi. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan, yang berarti kenaikan atau penurunan biaya produksi tidak secara langsung memengaruhi jumlah penjualan. Hal ini mengindikasikan bahwa harga jual yang lebih tinggi mampu menutupi biaya produksi yang dikeluarkan petani, sehingga petani tetap dapat menjual dalam jumlah besar tanpa terhambat oleh biaya. Dengan demikian, harga menjadi faktor dominan yang tidak hanya mendorong peningkatan volume penjualan, tetapi juga berperan dalam menjaga kestabilan keuntungan meskipun biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Dampak dari penetapan harga yang sesuai adalah meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap produk kopi yang ditawarkan, stabilitas permintaan pasar, serta peningkatan volume penjualan secara berkelanjutan. Sebaliknya, fluktuasi harga yang tidak stabil dapat menimbulkan ketidakpastian bagi konsumen dalam melakukan pembelian sehingga berpotensi menurunkan jumlah penjualan. Dengan demikian, harga memiliki peran strategis dalam menentukan tingkat penjualan kopi di Desa Letta, dimana harga yang kompetitif dan stabil mampu mendorong peningkatan volume penjualan serta mendukung keberlangsungan usaha petani kopi di daerah tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori ekonomi yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi permintaan suatu barang. Selain itu, temuan ini juga mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

signifikan terhadap volume penjualan, khususnya pada komoditas hasil pertanian. Ilmu ekonomi konvensional menjelaskan hukum permintaan adalah merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah suatu harga barang, maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang, maka akan semakin sedikit terhadap barang tersebut.[66]

2. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis secara parsial (uji-t) pada tabel 4.15 diperoleh nilai signifikansi variabel biaya produksi memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,006 bernilai positif dan memiliki nilai t-hitung sebesar -0,029 < nilai t-tabel 1,997 serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,97>0,05 yang artinya variabel biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan kopi, sehingga hipotesis pertama ditolak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani kopi tidak secara langsung mempengaruhi tinggi rendahnya jumlah kopi yang terjual di pasar. Dengan kata lain, perubahan pada biaya produksi seperti biaya pupuk, tenaga kerja, maupun biaya perawatan tanaman tidak serta merta berdampak pada peningkatan atau penurunan volume penjualan kopi yang dihasilkan oleh petani.

Temuan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahfidah Puspa Dina yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Perbedaan hasil penelitian ini dapat disebabkan oleh karakteristik objek penelitian yang berbeda, dimana

66 Syamsul Hilal, 'Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam (Telah Pemikiran Ibn Taimiyah)', *Asas*, 6.2 (2014), 16–28.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pada sektor usaha tani kopi di Desa Letta, biaya produksi tidak selalu menjadi pertimbangan utama dalam menentukan jumlah penjualan, melainkan lebih dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti harga pasar, permintaan konsumen, serta kondisi distribusi hasil panen.[67]

Kondisi ini terjadi karena sebagian besar petani kopi di Desa Letta menetapkan harga jual berdasarkan harga pasar yang berlaku tanpa memperhitungkan secara rinci total biaya produksi yang telah dikeluarkan. Akibatnya, meskipun terjadi peningkatan biaya produksi, petani tetap menjual hasil panennya dengan harga yang relatif sama mengikuti harga pasar, sehingga biaya produksi tidak memiliki pengaruh langsung terhadap volume penjualan kopi.

Dampak dari kondisi tersebut adalah volume penjualan kopi cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor permintaan pasar dibandingkan oleh efisiensi biaya produksi yang dilakukan oleh petani. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun biaya produksi meningkat, selama permintaan pasar terhadap kopi tetap tinggi maka volume penjualan tidak mengalami penurunan secara signifikan. Sebaliknya, apabila permintaan pasar menurun, maka volume penjualan juga akan menurun meskipun biaya produksi yang dikeluarkan relatif rendah.

3. Pengaruh Harga dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

Berdasarkan hasil perhitungan uji simultan (uji f) pada tabel 4.16 diperoleh nilai f-hitung 28.732 > f-tabel 3,12, dengan nilai probabilitas 0,001. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kinerja usaha atau dapat dikatakan variabel bebas yaitu harga dan biaya produksi secara bersama-sama (simultan)

67 Mahfidah Puspa Dina, 'Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan',2019.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

berpengaruh terhadap volume penjualan kopi, sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian uji f dalam penelitian ini diperoleh bahwa variabel harga dan biaya produksi, secara simultan terhadap volume penjualan kopi memiliki nilai signifikan sebesar 0,001 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti variabel harga dan biaya produksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan kopi. Oleh karena itu, volume penjualan kopi di pengaruhi oleh harga dan biaya produksi.

Berdasarkan buku yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller menyatakan bahwa harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen yang pada akhirnya berdampak pada volume penjualan. Selain itu, biaya produksi juga menjadi faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga jual produk di pasar. Dengan demikian, semakin efisien biaya produksi yang dikeluarkan maka harga jual produk dapat ditetapkan secara lebih kompetitif sehingga mampu meningkatkan jumlah penjualan.[68]

Ketika biaya produksi mengalami peningkatan maka produsen atau petani akan cenderung menyesuaikan harga jual kopi guna menutup biaya yang telah dikeluarkan. Penyesuaian harga tersebut kemudian akan mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk kopi yang ditawarkan. Apabila harga yang ditetapkan masih sesuai dengan daya beli konsumen, maka volume penjualan akan tetap stabil bahkan mengalami peningkatan. Namun sebaliknya, apabila harga yang ditetapkan terlalu tinggi akibat meningkatnya biaya produksi, maka hal tersebut dapat menurunkan jumlah permintaan konsumen terhadap kopi.

68 Sarini Kodu, 'Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza', 1.3 (2012).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Dampak dari adanya pengaruh simultan antara harga dan biaya produksi terhadap volume penjualan kopi adalah terciptanya keseimbangan antara tingkat keuntungan yang diharapkan oleh petani dengan kemampuan daya beli konsumen di pasar. Pengendalian biaya produksi yang efektif serta penetapan harga yang tepat akan membantu petani dalam menjaga stabilitas volume penjualan kopi serta meningkatkan daya saing produk di pasar lokal.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Fuji Setia Lestari, karena memiliki kesamaan pada variabel harga dan biaya produksi serta menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda pada objek petani kopi, meskipun terdapat perbedaan pada variabel dependen yaitu pendapatan dan volume penjualan.[69]

69 Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi and Syariah Dan Ekonomi Islam, Oleh Fuji Setia Lestari Nim: 18681025 Program Studi Ekonomi Syariah',2022..

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB V
PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV mengenai pengaruh harga dan biaya produksi terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang. Maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari analisis data menunjukkan pengaruh harga berpengaruh positif terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga justru diikuti dengan peningkatan volume penjualan. Kondisi ini terjadi karena harga yang meningkat mencerminkan tingginya permintaan pasar serta persepsi kualitas produk yang lebih baik, sehingga konsumen tetap melakukan pembelian meskipun harga mengalami kenaikan. Selain itu, kopi merupakan kebutuhan atau kebiasaan konsumsi masyarakat sehingga permintaannya cenderung stabil. Di sisi lain, kenaikan harga juga mendorong petani untuk meningkatkan jumlah penjualan guna memperoleh keuntungan yang lebih besar. Dengan demikian, harga menjadi faktor dominan yang mampu meningkatkan volume penjualan sekaligus menutupi biaya produksi.
2. Berdasarkan hasil dari analisis data menunjukkan biaya produksi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang. Biaya Produksi mempengaruhi volume penjualan kopi disebabkan kondisi ini terjadi karena sebagian besar petani kopi di Desa Letta menetapkan harga jual berdasarkan harga pasar yang berlaku tanpa memperhitungkan secara rinci total biaya produksi yang telah dikeluarkan. Akibatnya, meskipun terjadi peningkatan biaya produksi, petani tetap

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

menjual hasil panennya dengan harga yang relatif sama mengikuti harga pasar, sehingga biaya produksi tidak memiliki pengaruh langsung terhadap volume penjualan kopi. Dampak dari kondisi tersebut adalah volume penjualan kopi cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor permintaan pasar dibandingkan oleh efisiensi biaya produksi yang dilakukan oleh petani. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun biaya produksi meningkat, selama permintaan pasar terhadap kopi tetap tinggi maka volume penjualan tidak mengalami penurunan secara signifikan.

3. Berdasarkan hasil dari analisis data menunjukkan harga dan biaya produksi berpengaruh positif terhadap volume penjualan kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama memiliki peran dalam memengaruhi volume penjualan, meskipun secara parsial hanya harga yang berpengaruh signifikan. Dalam kondisi lapangan, harga menjadi faktor yang lebih dominan karena mampu mendorong peningkatan permintaan dan penjualan, sementara biaya produksi tidak secara langsung memengaruhi keputusan penjualan. Dengan demikian, kombinasi antara harga yang mengikuti mekanisme pasar dan pengelolaan biaya produksi tetap menjadi faktor penting dalam meningkatkan volume penjualan, dimana harga berperan sebagai pendorong utama, sedangkan biaya produksi lebih berfungsi sebagai faktor pendukung dalam keberlangsungan usaha petani kopi. Dampak dari adanya pengaruh simultan antara harga dan biaya produksi terhadap volume penjualan kopi adalah terciptanya keseimbangan antara tingkat keuntungan yang diharapkan oleh petani dengan kemampuan daya beli konsumen di pasar.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

B. Saran

1. Bagi Petani

   Berdasarkan hasil penelitian, harga dan biaya produksi memiliki peran krusial terhadap volume penjualan kopi. Oleh karena itu, disarankan bagi para petani kopi diharapkan dapat lebih memperhatikan strategi penetapan harga jual dengan mengikuti kondisi pasar serta mempertimbangkan kualitas produk yang dihasilkan, karena terbukti bahwa harga memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan volume penjualan. Selain itu, petani perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas kopi agar tetap diminati konsumen, mengingat konsumen cenderung tetap membeli meskipun harga mengalami kenaikan apabila kualitas produk terjaga. Di sisi lain, meskipun biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan, petani tetap perlu melakukan pengelolaan biaya secara efisien agar keuntungan yang diperoleh dapat lebih maksimal. Dengan demikian, kombinasi antara penetapan harga yang tepat, peningkatan kualitas, dan pengendalian biaya produksi akan membantu petani meningkatkan volume penjualan sekaligus menjaga keberlanjutan usaha.

2. Bagi Penelitian selanjutnya

   Penelitian ini terbatas pada variabel harga dan biaya produksi. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel independen lain yang relevan, seperti Kualitas Produk, Saluran Distribusi, atau Strategi Pemasaran Digital. Mengingat potensi kopi Desa Letta yang besar, penelitian lebih lanjut juga dapat memperluas cakupan wilayah penelitian atau menggunakan metode kualitatif untuk menggali lebih dalam mengenai preferensi konsumen kopi Pinrang, sehingga didapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR PUSTAKA

Adnan Pratama, Ifanny, And Petty Aprilia Sari, 'Production Costs, Promotion Costs, And Sales Volume To Net Profit In Pharmaceutical Sector Manufacturing Companies', *Journal Intelektual*, 1.2 (2022), 182–93

Adoe, Vera Selviana, And Indra Permadi, *Buku Manajemen Penjualan & Kewiraniagaan*, Ed. By Mm Vera Selviana Adoe, S.P., M.M Dan Indra Permadi, Se (Cv.Science Techno Direct, 2024)

Ahmad, Shabran Jamil, Juarsa Badri, Article History, Suku Bunga, And Interest Rate, 'Pengaruh Inflasi Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2021', *Jurnal Economina*, 1.November (2022)

Arikunto Suharsimi, 'Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.', *Jakarta: Rineka Cipta*, 2013, P. 172

Arsi, Andi, 'Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss', 2021, 1–8

Basrowi Dan Suwandi, 'Memahami Penelitian Kualitatif', 2000, Hal 135

Birusman, Muhammad, 'Harga Dalam Perspektif Islam', *Mazahib*, 4.1 (2017), 86–99

Creswell, 'Metode Penelitian Kuantitatif', 01 (2016), 05

Desember, No, Pia Cinta, And Sinar Abadi, 'Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pia Cinta Di Ud. Sinar Abadi', *Jurnal Artha Satya Dharma*, 13.2 (2020), 69–74

Dian, Nita, And Lina Noersanti, 'Pengaruh Komunikasi, Disiplin, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pt. Extrupack Bekasi Barat', *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 3, 2020, 1–25

Dian Sandalayuk, Dwibin Kannapadang, And Ade Lisa Matasik, 'Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Omset Penjualan Kopi Toraja', *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3.3 (2023), 124–36

Dina, Mahfidah Puspa, 'Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan', 2019

Dunia, Kopi, Saing Ekspor, And Biji Kopi, 'Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha | 116 Pengaruh Produksi Dan Harga Pengaruh Produksi Dan Harga Kopi Dunia Terhadap Daya Saing Ekspor Biji Kopi Indonesia', March, 2022

Fadilah, Nahar Zulfah, And Moh Supendi, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Usaha Toko Kopi Seduh', *Jpeka: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 8.1 (2024), 37–50

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro., 2018)

Hidayat L, And Salim S, 'Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan', *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1.2 (2013), 159–68

Ichwan Bagus Airlangga, Syahrul Reynaldy, 'Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Hasil Penjualan Sepeda Motor Pada Dealer Tunas Dwipa Matra Mojosari Ichwan', *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Kreativitas Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Yos Soedarso Tahun 2019 – 2020*, 3.1 (2021), 70–77

Jaka Maulana, Suhartati, 'Pengaruh Return On Asset (Roa) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Land Journal*, 3 (2022), 102–13

Kodu, Sarini, 'Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza', 1.3 (2012), 1251–59

Liharman Saragih, Astri Rumondang Banjarnahor, Novy Anggraini Andriasan Sudarso, Yurilla Endah Muliatie, Darwin Lie Yudiyanto Joko Purnomo, Bonaraja Purba, Eko Sudarmanto Sony Kuswandi, Adhi Prasetio, *Strategi Manajemen Pemasan*, Jenner Sim (Yayasan Kita Menulis, 2022)

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi, Guna, And Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam, 'Oleh: Fuji Setia Lestari Nim: 18681025 Program Studi Ekonomi Syariah', 2022

Menteri Perdagangan Republik Indonesia, 'Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020', *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020 Tentang Ketentuan*, 151.2 (2018), 10–17

Muhammad Asir, Sandriana J Nendissa, Prisca Nurmala Sari, Indriana, Helin G, Arief Rahman Hakim Yudawisastra, Zainal Abidin, Ria Indriani, Nurdiana, Wahyu Setya Ratri Wanda Kristini, Anggita Tresliyana Suryana, And Rahmah Farahdita Soeyatno., *Ekonomi Pertanian*, Ed. By Evi Damayanti (Widina Bhakti Persada Bandung, 2022)

Nuriati, 'Pengaruh Financial Literacy Dan Digital Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha Pada Umkm Di Kec. Lembang', *Diss. Iain Parepare*, 2024

Nurlela, Iis, Rini Agustin Eka Yanti, And Firman Aryansyah, 'Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Pendahuluan Perkembangan Dunia Usaha Saat Ini Berjalan Dengan Pesat , Yang Secara Tidak Langsung Menciptakan Suatu Persaingan Dibidang Pemasaran . Hal Ini Menuntut Pelaku Ekonomi Untuk Lebih Peka , K', *J-Kip (Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan)*, 2.3 (2021), 179–84

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Paitung, Relind Veni Pole, Muhammad Yusuf Saleh, And Miah Said, 'Pengaruh Harga, Volume Produksi Dan Kualitas Ekspor Terhadap Daya Saing Kopi Toraja Pada Pt Toarco Jaya', *Journal Of Economy Business Development*, 3.1 (2025), 118–26

Permentan, 'Permentan 21, 2023', 342, 2023, 1–17

Philip Kotler, Gary Armstrong, *Principles Of Marketing.* (Pearson, 2018)

Puspita, Eka Dian, Ilvi Nur Widiana, Rofiatul Adwiyah Mufidah, M. Maulana Nasir, And M.Aldi Al Fauji, 'Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Melalui Volume Penjualan Di Ud.Gajah Tempur', *Student Scientific Creativity Journal*, 1.5 (2023), 92–108

Putri Wahyu Novika, Putry Wahyu, *Pengantar Bisnis*, 2017

Reka Rahayu, Ratnawati Susanto, 'Pengaruh Kepemimpinan Guru Dan Keterampilan Manajemen Kelas Terhadap Perilaku Belajar Siswa Kelas Iv', *Jurnal Pendidikan Dasar Perkhasa*, 4 (2018), 220–29

Ripal, S W, R Ridha, And A Ahmadin, 'Petani Kopi Robusta Di Desa Basseang Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang (1970-2018)', *Pattingalloang (Jurnal Pemikiran, Pendidikan Dan Penelitian Kesejarahan)*, 8.1 (2021), 21–30

Riyati, Dini Al, 'Pengaruh Biaya Produksi, Harga Jual Dan Luas Lahan Terhadap Pendapatan Petani Kopi(Studi Pada Kecamatan Bukit Kemuning Kabupaten Lampung Utara)', 2023, 61–64

Rostiana, Nini, And Febryandhie Ananda, 'Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Pada Industri Roti Di Kota Padang', *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Vol.3, No.2 Juni 2023*, 3.2 (2023)

Sahla, Widya Ais, *Akuntansi Biaya Panduan Perhitungan Harga Pokok Produk*, Ed. By Adi Pratomo (Banjarmasin: Poliban Press, 2020)

Sari, Yolan, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi, D A N Bisnis, Universitas Islam, And Negeri Mahmud, 'Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jualterhadap Keuntunganan Pada Industri Kopi Putra Minang Di Kecamatan Sungai Tarab Kab.Tanah Datar'

Setyo, Purnomo, Edwin, 'Pengetahuan Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen"Best Autoworks"', *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisns*, 1.6 (2023), 755–4

Sudariana, Nuzwan, Dosen Program, Studi Manajemen, And Universitas Nusa Putra, 'Analisis Statistik Regresi Linier Berganda', 2021

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif* (Cv Saba Jaya Publisher, 2019)

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Alfabeta, 2013)

Supardi, 'Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis , (Yogyakarta : Uii Press Yogyakarta, 2005), Hal.10 47', 47–54

Surya, Olgi, '"Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Keberlanjutan Usaha Umkm Kota Pekanbaru"', 2023, 49

Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 2008

Syamsul Hilal, 'Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam (Telah Pemikiran Ibn Taimiyah)', *Asas*, 6.2 (2014), 16–28

Taufik, E.R, 'Manajemen Pemasaran' (Jalan Lingkar Caringin Cisoka Tangerang: Media Edukasi Indonesia (Anggota Ikapi), 2023)

Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,Dan Tindakan*, 2012

Valentina Monoarfa, Safira Zatalia Putri Hikmah, Sri Ananda Dehimel, Syawa Oktarina Abdullah, And Hadija Laima, 'Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Umkm Di Kota Gorontalo', *Economic Reviews Journal*, 4.2 (2025), 56–67

Yosmalita, Elsa Dilla, And Bella Arisha, 'Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Pendapatan Pada Usaha Mikro Kecil Perdagangan Kopi Di Desa Kemang Manis Sumatera Selatan', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2.3 (2024), 256–70

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

LAMPIRAN

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 1 Instrumen Penelitian

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE** **FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM** **Jl. Amal Bakti No.8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307**
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/I Di Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraktuh.

Dalam rangka untuk melaksanakan penelitian skripsi program sarjana (S1), saya memperlukan informasi untuk mendukung penelitian yang saya lakukan yang berjudul **"Pengaruh Harga Dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang"**, maka saya memohon kesediaan Saudara(i) meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dengan benar dan tepat. Jawaban yang anda berikan akan sangat membantu penelitian ini dan kuesioner ini dapat digunakan apabila sudah terisi semua. Seluruh data dan informasi yang Saudara/i berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian semata.

Demikian permohonan ini saya buat, atas kesediaan dan partisipasi Saudara(i) saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraktuh.

Hormat Saya,

Harmiati Bt Jumaing

2220203862202024

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

A. Identitas Responden.

Berilah tanda (√) di kolom yang tersedia pada pertanyaan tentang karakteristik responden di bawah ini.

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :

   ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan
3. Umur/Usia :

B. Petunjuk Pengisian.

Jawablah seluruh pernyataan yang tersedia, sehingga tidak ada pernyataan yang tidak terjawab. Berikan tanda (√) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat anda. Dengan pedoman:

Kategori Jawaban	Skor
Sangat Setuju (ST)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

C. Pernyataan Kuesioner.

1. Harga

	Pernyataan	STS	SS	KS	TS	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa harga kopi ini sesuai dengan kemampuan ekonomi masyarakat sekitar.					
2.	Harga produk ini tidak memberatkan konsumen.					
3.	Saya menilai harga kopi yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang diperoleh.					
4.	Kualitas kopi yang ditawarkan sebanding dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen.					
5.	Harga kopi yang ditawarkan mampu bersaing dengan harga produk sejenis di pasaran.					
6.	Harga kopi ini lebih kompetitif dibandingkan produk kopi dari penjual lain.					
7.	Harga kopi yang ditetapkan relatif stabil dan tidak sering mengalami perubahan.					
8.	Perubahan harga kopi, jika terjadi, masih berada dalam batas yang wajar.					

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Biaya Produksi.

No.	Pernyataan	STS	SS	KS	TS	SS
		1	2	3	4	5
1.	Biaya bahan baku yang digunakan dalam produksi kopi sesuai dengan kebutuhan produksi.					
2.	Penggunaan bahan baku dilakukan secara efisien untuk menghindari pemborosan.					
3.	Produktivitas tenaga kerja berpengaruh terhadap besarnya biaya produksi kopi.					
4.	Efisiensi kerja tenaga produksi dapat menekan biaya tenaga kerja.					
5.	Biaya pemeliharaan mesin dan peralatan produksi mempengaruhi total biaya produksi.					
6.	Biaya pengawasan dan administrasi pabrik berperan dalam menentukan efisiensi produksi.					

3. Volume Penjualan.

No.	Pernyataan	STS	SS	KS	TS	SS
		1	2	3	4	5
1.	Jumlah produk yang Anda jual mengalami peningkatan dalam periode penjualan terakhir.					
2.	Jumlah produk yang terjual setiap bulan mampu memenuhi target penjualan yang telah ditetapkan.					
3.	Volume penjualan usaha Anda menunjukkan pertumbuhan dari					

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

No.	Pernyataan	STS	SS	KS	TS	SS
		1	2	3	4	5
	waktu ke waktu.					
4.	Penjualan produk Anda saat ini lebih tinggi dibandingkan periode sebelumnya.					
5.	Nilai penjualan (total pendapatan) usaha Anda mengalami peningkatan dalam beberapa waktu terakhir.					
6.	Nilai penjualan yang diperoleh sudah sesuai dengan harapan usaha Anda.					

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 2 Surat Ketetapan Pembimbing Skripsi

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOMOR : B-3656/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2025
TENTANG
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

Menimbang
a. Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2025
b. Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahi tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.

Mengingat
1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
7. Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
8. Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
9. Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
10. Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Memperhatikan :
a. Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2..307381/2024, tanggal 02 Desember 2024 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2025
b. Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 361 Tahun 2024, tanggal 21 Februari 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
a. Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2025
b. Menunjuk saudara: **Ira Sahara, M.Ak**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :

Nama Mahasiswa	: HARMIATI BT. JUMAING
NIM	: 2220203862202024
Program Studi	: Akuntansi Syari'ah
Judul Penelitian	: PENGARUH HARGA DAN BIAYA PRODUKSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN KOPI DI DESA LETTA KAB. PINRANG

c. Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
d. Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
e. Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare
Pada tanggal 24 Juni 2025
Dekan,

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 3 Surat Izin Melaksanakan Penelitian

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-37/In.39/FEBI.04/PP.00.9/01/2026 08 Januari 2026
Sifat : Biasa
Lampiran : -
H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI PINRANG
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: HARMIATI BT. JUMAING
Tempat/Tgl. Lahir	: SOLANG, 01 Mei 2005
NIM	: 2220203862202024
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Akuntansi Syari`ah
Semester	: VII (Tujuh)
Alamat	: DESA LETTA, KECAMATAN LEMBANG, KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI PINRANG dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

PENGARUH HARGA DAN BIAYA PRODUKSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN KOPI DI DESA LETTA KABUPATEN PINRANG

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 12 Januari 2026 sampai dengan tanggal 12 Maret 2026.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 19710208200112002

Tembusan :
1. Rektor IAIN Parepare

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 4 Surat Rekomendasi Izin Melaksanakan Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pinrang



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG
Nomor : 503/0054/PENELITIAN/DPMPTSP/02/2026

Tentang

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Menimbang : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 12-02-2026 atas nama HARMIATI BT JUMAING, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Surat Keterangan Penelitian.

Mengingat :
1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 terkait Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.

Memperhatikan :
1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0067/R/T.Teknis/DPMPTSP/02/2026, Tanggal : 12-02-2026
2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0054/BAP/PENELITIAN/DPMPTSP/02/2026, Tanggal : 12-02-2026

M E M U T U S K A N

Menetapkan :

KESATU : Memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :

1.	Nama Lembaga	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
2.	Alamat Lembaga	: JL. AMAL BAKTI NO. 8
3.	Nama Peneliti	: HARMIATI BT JUMAING
4.	Judul Penelitian	: PENGARUH HARGA DAN BIAYA PRODUKSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN KOPI DESA LETTA KABUPATEN PINRANG
5.	Jangka waktu Penelitian	: 2 Bulan
6.	Sasaran/target Penelitian	: PETANI / PELAKU USAHA KOPI
7.	Lokasi Penelitian	: Kecamatan Lembang

KEDUA : Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 12-08-2026.

KETIGA : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Surat Keterangan Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.

KEEMPAT : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 12 Februari 2026

Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP.,M.Si
NIP. 197406031993112001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-

Balai Sertifikasi Elektronik

ZONA HIJAU

OMBUDSMAN REPUBLIK INDONESIA

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE

DPMPTSP

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Perempuan	37	49,3%
Laki-laki	38	50,7%
Total	75	100%

Lampiran 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
20-30 Tahun	13	17,3%
31-40 Tahun	14	18,7%
41-50 Tahun	28	37,4%
51-60 Tahun	11	14,6%
61-75 Tahun	8	10,7%
98 Tahun	1	1,3%
Total	75	100%

Lampiran 7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1.	Saya merasa harga kopi ini sesuai dengan kemampuan ekonomi masyarakat sekitar.	2	3	3	59	8	293
		2,7 %	4%	4%	78,7 %	10,6 %	100%
2.	Harga produk ini tidak memberatkan konsumen.	1	1	3	59	11	303
		1,3 %	1,3 %	4%	78,7 %	14,7 %	100%
3.	Saya menilai harga kopi yang	1	1	6	54	13	302

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

	ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang diperoleh.	1,3 %	1,3 %	8%	72%	17,4 %	100%
4.	Kualitas kopi yang ditawarkan sebanding dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen.	0	2	4	57	12	304
		0%	2,7 %	5,3 %	76%	16%	100%
5.	Harga kopi yang ditawarkan mampu bersaing dengan harga produk sejenis dipasaran.	0	1	4	52	18	312
		0%	1,3 %	5,3 %	69,4 %	24%	100%
6.	Harga kopi ini lebih kompetitif dibandingkan produk kopi dari penjual lain.	0	1	8	54	12	302
		0%	1,3 %	10,7 %	72%	16%	100%
7.	Harga kopi yang ditetapkan relatif stabil dan tidak sering mengalami perubahan.	1	2	9	53	10	294
		1,7 %	2,3 %	12%	70,7 %	13,3 %	100%
8.	Perubahan harga kopi, jika terjadi, masih berada dalam batas yang wajar.	1	1	7	54	12	300
		1,3 %	1,3 %	9,4 %	72%	16%	100%

Lampiran 8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Biaya Produksi (X2)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1.	Biaya bahan baku yang digunakan dalam produksi kopi sesuai dengan kebutuhan produksi.	0	3	7	58	7	294
		0%	4%	9,3 %	77,3 %	9,4%	100%
2.	Penggunaan bahan baku	0	0	3	61	11	308

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

	dilakukan secara efisien untuk menghindari pemborosan.	0%	0%	4%	81,3 %	14,7 %	100%
3.	Produktivitas tenaga kerja berpengaruh terhadap besarnya biaya produksi kopi.	1	1	4	59	10	301
		1,3 %	1,3 %	5,3 %	78,7 %	13,4 %	100%
4.	Efisiensi kerja tenaga produksi dapat menekan biaya tenaga kerja.	0	1	11	55	8	295
		0%	1,3 %	14,7 %	73,3 %	10,7 %	100%
5.	Biaya pemeliharaan mesin dan peralatan produksi mempengaruhi total biaya produksi.	0	0	9	55	11	302
		0%	0%	12%	73,3 %	14,7 %	100%
6.	Biaya pengawasan dan administrasi pabrik berperan dalam menentukan efisiensi produksi.	1	0	6	57	11	298
		1,3 %	0%	8%	76%	14,7 %	100%

Lampiran 9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Volume Penjualan Kopi (Y)

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Total
		1	2	3	4	5	
1.	Jumlah produk yang Anda jual mengalami peningkatan dalam periode penjualan terakhir.	1	3	10	49	12	293
		1,3%	4%	13,3 %	65,4 %	16%	100%
2.	Jumlah produk yang terjual setiap bulan mampu memenuhi target penjualan yang telah ditetapkan.	2	3	16	39	15	287
		2,7%	4%	21,3 %	52%	20%	100%
3.	Volume penjualan usaha Anda menunjukkan pertumbuhan dari waktu ke	1	0	13	45	16	300

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

	waktu.	1,3%	0%	17,3 %	60%	21,4 %	100%
4.	Penjualan produk Anda saat ini lebih tinggi dibandingkan periode sebelumnya.	2	1	13	42	17	296
		2,7%	1,3 %	17,3 %	56%	22,7 %	100%
5.	Nilai penjualan (total pendapatan) usaha Anda mengalami peningkatan dalam beberapa waktu terakhir.	1	2	11	45	16	296
		1,3%	2,7 %	14,7 %	60%	21,3 %	100%
6.	Nilai penjualan yang diperoleh sudah sesuai dengan harapan usaha Anda.	2	0	14	42	17	297
		2,7%	0%	18,7 %	56%	22,6 %	100%

Lampiran 10 Hasil Analisis Descriptive Statistics

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	75	20.00	40.00	32.0133	2.98869
Biaya Produksi	75	11.00	30.00	23.7867	2.50023
Volume Penjualan Kopi	75	9.00	30.00	23.5333	4.04813
Valid N (listwise)	75				

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 11 Hasil Uji Validitas Variabel X1 Dan X2

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2
x1.1	Pearson Correlation	1	,450**	,167	,240*	,228*	,192	,109	,409**	,631**	,195	,152	,138	,129	-,061	,409**	,238*
	Sig. (2-tailed)		,000	,152	,038	,049	,099	,351	,000	,000	,095	,193	,237	,272	,602	,000	,040
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
x1.2	Pearson Correlation	,450**	1	,265*	,320**	,208	,508**	-,003	,559**	,723**	,558**	,272*	,408**	,386**	,376**	,736**	,682**
	Sig. (2-tailed)	,000		,021	,005	,074	,000	,977	,000	,000	,000	,018	,000	,001	,001	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
x1.3	Pearson Correlation	,167	,265*	1	,108	,028	,069	,236*	,273*	,481**	,583**	,409**	,131	,204	,291*	,152	,423**
	Sig. (2-tailed)	,152	,021		,358	,811	,555	,042	,018	,000	,000	,000	,263	,079	,011	,193	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
x1.4	Pearson Correlation	,240*	,320**	,108	1	,392**	,333**	-,022	,475**	,585**	,307**	,040	,194	,254*	,118	,402**	,337**
	Sig. (2-tailed)	,038	,005	,358		,001	,004	,849	,000	,000	,007	,735	,095	,028	,313	,000	,003
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
x1.5	Pearson Correlation	,228*	,208	,028	,392**	1	,429**	-,209	,387**	,500**	,100	,089	,095	,095	-,141	,317**	,138
	Sig. (2-tailed)	,049	,074	,811	,001		,000	,072	,001	,000	,395	,446	,420	,418	,229	,006	,237
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

x1.6	Pearson Correlation	,192	,508**	,069	,333**	,429**	1	,071	,384**	,622**	,215	,259*	,485**	,273*	,261*	,488**	,486**
	Sig. (2-tailed)	,099	,000	,555	,004	,000		,546	,001	,000	,064	,025	,000	,018	,024	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
x1.7	Pearson Correlation	,109	-,003	,236*	-,022	-,209	,071	1	,084	,299**	,199	,125	,423**	,161	,213	,084	,295*
	Sig. (2-tailed)	,351	,977	,042	,849	,072	,546		,475	,009	,088	,285	,000	,167	,063	,475	,010
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
x1.8	Pearson Correlation	,409**	,559**	,273*	,475**	,387**	,384**	,084	1	,772**	,636**	,188	,355**	,464**	,097	,545**	,573**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,018	,000	,001	,001	,475		,000	,000	,106	,002	,000	,410	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
x1	Pearson Correlation	,631**	,723**	,481**	,585**	,500**	,622**	,299**	,772**	1	,613**	,338**	,485**	,426**	,253*	,677**	,691**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,009	,000		,000	,003	,000	,000	,029	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
x2.1	Pearson Correlation	,195	,558**	,583**	,307**	,100	,215	,199	,636**	,613**	1	,366**	,313**	,434**	,321**	,422**	,707**
	Sig. (2-tailed)	,094	,000	,000	,007	,390	,064	,088	,000	,000		,001	,006	,000	,005	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
x2.2	Pearson Correlation	,152	,272*	,409**	,040	,089	,259*	,125	,188	,338**	,366**	1	,161	,494**	,299**	,188	,558**
	Sig. (2-tailed)	,193	,018	,000	,735	,449	,025	,285	,106	,003	,001		,167	,000	,009	,106	,000

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
x2.3	Pearson Correlation	,138	,408**	,131	,199	,095	,485**	,423**	,355**	,485**	,313**	,161	1	,346**	,310**	,420**	,635**
	Sig. (2-tailed)	,237	,000	,263	,087	,420	,000	,000	,002	,000	,006	,167		,002	,007	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
x2.4	Pearson Correlation	,129	,386**	,204	,254*	,095	,273*	,161	,464**	,426**	,434**	,494**	,346**	1	,567**	,397**	,779**
	Sig. (2-tailed)	,272	,001	,079	,028	,418	,018	,167	,000	,000	,000	,000	,002		,000	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
x2.5	Pearson Correlation	-,061	,376**	,291*	,118	-,141	,261*	,213	,097	,253*	,321**	,299**	,310**	,567**	1	,388**	,706**
	Sig. (2-tailed)	,602	,001	,011	,313	,229	,024	,066	,410	,029	,005	,009	,007	,000		,001	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
x2.6	Pearson Correlation	,409**	,736**	,152	,402**	,317**	,488**	,084	,545**	,677**	,422**	,188	,420**	,397**	,388**	1	,711**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,193	,000	,006	,000	,475	,000	,000	,000	,106	,000	,000	,001		,000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
x2	Pearson Correlation	,238*	,682**	,423**	,337**	,138	,486**	,295*	,573**	,691**	,707**	,558**	,635**	,779**	,706**	,711**	1
	Sig. (2-tailed)	,040	,000	,000	,003	,237	,000	,010	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 12 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Correlations

		y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	y
y.1	Pearson Correlation	1	,648**	,570**	,629**	,457**	,782**	,845**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
y.2	Pearson Correlation	,648**	1	,589**	,563**	,552**	,669**	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
y.3	Pearson Correlation	,570**	,589**	1	,500**	,375**	,513**	,717**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,001	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
y.4	Pearson Correlation	,629**	,563**	,500**	1	,596**	,753**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
y.5	Pearson Correlation	,457**	,552**	,375**	,596**	1	,528**	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000		,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
y.6	Pearson Correlation	,782**	,669**	,513**	,753**	,528**	1	,883**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	75	75	75	75	75	75	75
y	Pearson Correlation	,845**	,834**	,717**	,839**	,723**	,883**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	75	75	75	75	75	75	75

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 Dan X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,710	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,772	6

Lampiran 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,894	6

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 15 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			75
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.01889166
Most Extreme Differences	Absolute		.146
	Positive		.146
	Negative		-.104
Test Statistic			.146
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			<.001
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		<.001
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.001

a. Test distribution is Normal.

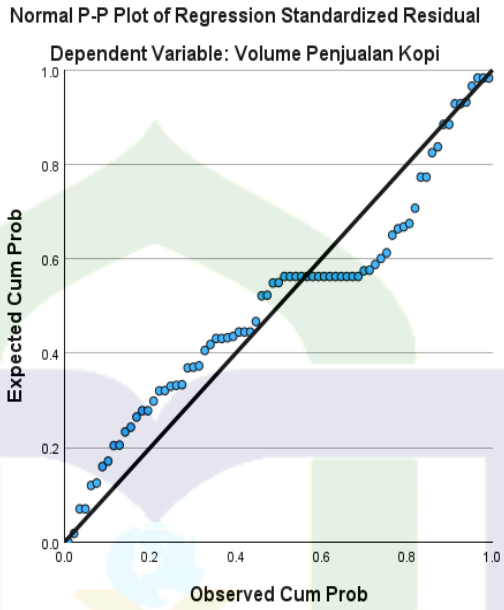
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

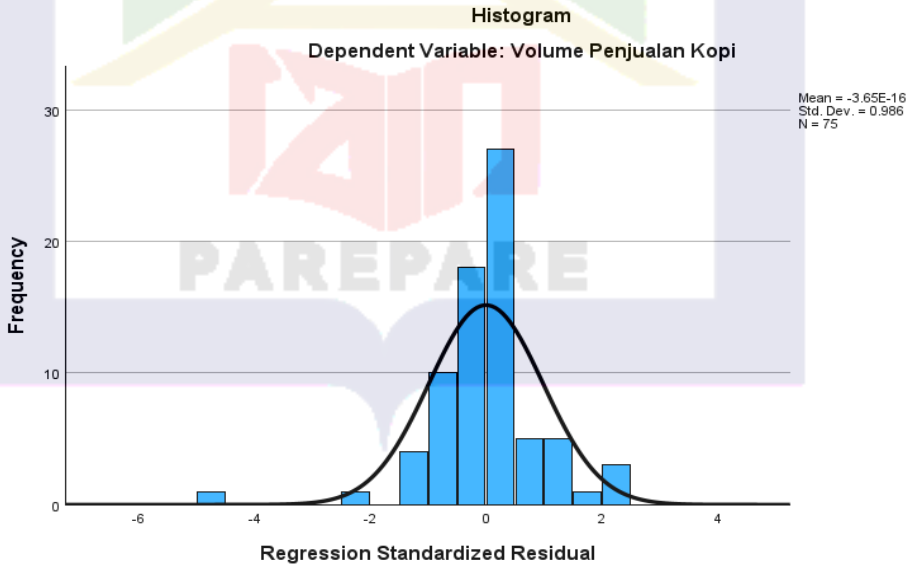
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 16 Hasil Uji Grafik P-Plot



Lampiran 17 Hasil Uji Histogram



CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 18 Hasil Uji Multikolinieritas

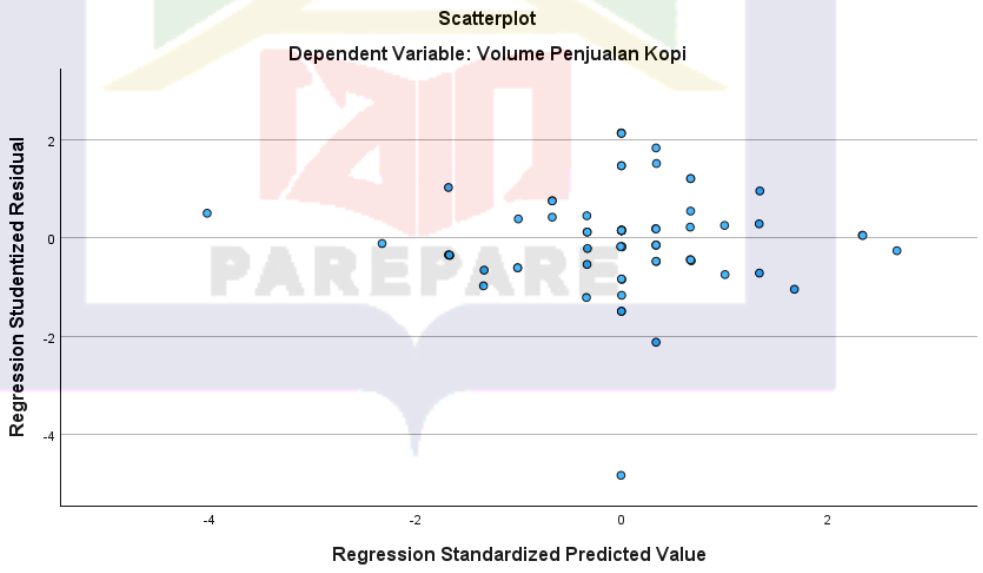
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5.325	3.966		-1.343	.184		
	Harga	.906	.165	.669	5.498	<.001	.522	1.915
	Biaya Produksi	-.006	.197	-.004	-.029	.977	.522	1.915

a. Dependent Variable: Volume Penjualan Kopi

Lampiran 19 Hasil Uji Heteroskedastisitas

a.



CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 20 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	538.252	2	269.126	28.732	<.001[b]
	Residual	674.414	72	9.367		
	Total	1212.667	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Lampiran 21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5.325	3.966		-1.343	.184		
	x1	.906	.165	.669	5.498	<.001	.522	1.915
	x2	-.006	.197	-.004	-.029	.977	.522	1.915

a. Dependent Variable: y

Lampiran 22 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-5.325	3.966		-1.343	.184
	Harga	.906	.165	.669	5.498	<.001
	Biaya Produksi	-.006	.197	-.004	-.029	.977

a. Dependent Variable: Volume penjualan kopi

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 23 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	538.252	2	269.126	28.732	<.001[b]
	Residual	674.414	72	9.367		
	Total	1212.667	74			

a. Dependent Variable: Volume Penjualan Kopi

b. Predictors: (Constant), Biaya Produksi, Harga

Lampiran 24 Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666[a]	.444	.428	3.06053

a. Predictors: (Constant), Biaya Produksi, Harga

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 25 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
KECAMATAN LEMBANG
DESA LETTA
Jln :poros Rajang – letta kode pos : 91254

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN
No: 019/DL/IV/2026

Yang Bertanda tangan dibawah ini Kepala Desa Letta Kecamatan Lembang Kab. Pinrang menerangkan dengan sebenarnya bahwa

Nama	: HASAN
Jabatan	: Kepada desa letta
Alamat	: Garoton desa letta

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama	: HARMIATI BT JUMAING
NIM	: 2220203862202024
Prodi	: Akutansi Syariah

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah meyelesaikan penelitian yang beterpat di wilayah kerja pemerintahan desa letta, kecamatan lembang, kabupaten pinrang dengan judul penelitian. **" Pengaruh Harga Dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Kopi Desa Letta Kabupaten Pinrang"**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Letta, 04 April 2026
Diketahui ;
Kepala Desa Letta

HASAN

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 26 Dokumentasi Penelitian













CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BIODATA PENULIS



Harmiati Bt Jumaing, Lahir di Solang, Desa Letta, Kecamatan Lembang, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Pada tanggal 01 Mei 2005, merupakan anak terakhir dari Bapak Jumaing Bin Kuru dan Ibu Kartini Binti Sarai. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Riwayat pendidikan penulis memulai pendidikan ditingkat Sekolah Dasar di SDN 153 Lembang, Kabupaten Pinrang, sejak tahun 2010 dan lulus pada tahun 2016, kemudian melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Muhammadiyah Rappang, Kabupaten Sidrap sejak tahun 2016 dan lulus pada tahun 2019, kemudian melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 5 Pinrang dengan mengambil jurusan Agribisnis pengelohan hasil pertanian, Kabupaten Pinrang sejak tahun 2019 sampai dengan tahun 2022. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil jurusan Akuntansi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Selama menempuh pendidikan penulis juga mengikuti kegiatan KKN Reguler IAIN Parepare di Desa Rijang Panua, Kecamatan Kulo, Kabupaten Sidrap pada tahun 2025, penulis mengajukan skripsi dengan judul Pengaruh Harga dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Kopi di Desa Letta Kabupaten Pinrang.

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE