
DETERMINAN PENDAPATAN PADA KEDAI KOPI (STUDI KASUS KEDAI KOPI LAIN HATI)

Ita Lestasi¹

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jambi²

Sesraria Yuvanda²

Universitas Muhammadiyah Jambi

sesrariayuvanda@umjambi.ac.id

ABSTRAK

Saat ini telah banyak tumbuh kedai kopi baru di kota Jambi yang berdampak mendorong terbukanya lapangan kerja. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan kedai kopi di masa pandemi covid 19. Penelitian ini dilakukan melalui survey kepada pelanggan selama 30 hari di Kedai Kopi Lain Hati. Teknik pengambilan sampel adalah Probability Sampling Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap pendapatan kedai kopi, variabel jumlah tenaga kerja dan jenis produk berpengaruh negative terhadap pendapatan kedai kopi. Sedangkan variabel modal tidak berpengaruh terhadap pendapatan kedai kopi.

Keyword : Pendapatan, kedai Kopi

PENDAHULUAN

Pelaksanaan pembangunan tidak hanya untuk menganalisis pertumbuhan ekonomi, akan tetapi pembangunan juga harus dapat dilihat melalui percepatan perluasan peluang usaha dengan pemanfaatan sumber daya yang ada (Zelly, dkk. 2017). Salah satu bentuk pelaksanaan pembangunan adalah menumbuhkan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan salah satu upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas, inovasi dengan menumbuhkan iklim usaha, daya saing dan berbasis Iptek termasuk warisan budaya (Departemen Perdagangan, 1998). Salah satu ekonomi kreatif yang terlihat perkembangannya di kota Jambi adalah banyaknya café dan resto kopi.

Kopi merupakan produk pertanian yang dapat diolah menjadi minuman yang diminati mendunia. Bagi pencinta kopi cita rasa jenis kopi mempunyai kekhasan sendiri. Sejalan dengan perkembangan zaman atau gaya hidup maka kebiasaan mengkonsumsi kopi setiap harinya berubah. Pada zaman dulu masyarakat biasanya mengkonsumsi kopi hanya pada pagi dan malam hari, tetapi sekarang masyarakat dapat meminum kopi kapan saja sehingga terjadi peningkatan konsumsi kopi. Bentuk penyajian minuman kopi saat ini telah menciptakan inovasi produk minuman kopi kekininan Kopi yang diminati selera milenial. Hal sejalan dengan pendapat Yuvanda, dkk. (2020) yang mengatakan Industri pengolahan kopi menjadi unggulan untuk provinsi Jambi. Untuk itu perlu ditumbuhkembangkan usaha pengolahan kopi

sehingga akan meningkatkan nilai tambah dan berdampak terhadap peningkatan pendapatan baik itu pengusaha maupun tenaga kerja.

Bagi pengusaha kedai kopi, modal merupakan hal yang sangat penting karena Setiap usaha memerlukan modal yang digunakan untuk operasional usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan, semakin banyak jumlah barang yang dijual maka keuntungan akan semakin tinggi. Oleh karena itu diperlukan tambahan modal untuk membeli bahan baku tersebut sehingga dapat meningkatkan pendapatan (Swasta, 2008). Faktor lain yang mempengaruhi pendapatan adalah tenaga kerja, karena dalam melakukan proses produksi diperlukan tenaga kerja dimana fungsi produksi yang mengasumsikan bahwa produksi perusahaan hanya bergantung pada dua input yaitu modal (kapital) dan tenaga kerja (labour) dengan demikian kita bisa merumuskan fungsi produksi dalam bentuk: $Q = f(K,L)$ (Nicholson, 2002).

Faktor lain yang penting untuk diperhatikan untuk meningkatkan pendapatan adalah promosi. Promosi merupakan sarana dalam memperkenalkan produk yang akan ditawarkan yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli produk (Suryati, dkk, 2020) dan (Lupiyoadi, 2013). Untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan pada kedai Kopi Lain dimasa Pandemi Covid 19?

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari pelanggan yang membeli produk di kedai Kopi Lain Hati. Metode pengumpulan data survey dan alat pengumpul data adalah kuesioner. Waktu penelitian dilakukan selama 30 hari. Jumlah sampel sebanyak 40 responden dilakukan dengan metode Accidental Sampling. Model analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian adalah analisis regresi berganda (Gujarati, 1997) dengan persamaan matematis sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Dimana :

Y = Pendapatan kedai kopi Lain Hati

X₁ = Modal

X₂ = Tenaga Kerja

X₃ = Promosi

X₄ = Jenis Produk

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4,$ = masing koefisiensi regresi dari variabel X₁, X₂, X₃, X₄

e = error term

HASIL PENELITIAN

Menurut Sukirno (2010) pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan. Hasil penelitian yang dilakukan pada kedai kopi Lain hati berdasarkan olahan data SPSS terlihat pada tabel 1 .

Tabel 1. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	572.757	171.359		3.342	.003
	Modal	-1.081E-6	.000	-.109	-.809	.426
	TenagaKerja	-11.424	6.756	-.226	-1.691	.103
	Promosi	.643	.119	.921	5.399	.000
	Jenis Produk	-10.435	4.442	-.408	-2.349	.027

a. Dependent Variable: Penjualan

Dari hasil olahan data melalui SPSS maka dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 572.757 - 1.081 X_1 - 11,424 X_2 + 0.643 X_3 - 10.435X_4 + e$$

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap pendapatan Kedai Kopi Lain Hati. Ini berarti bahwa promosi yang dilakukan dapat mendorong pendapatan usaha kedai kopi, hasil penelitian ini sejalan dengan Yuvanda, dkk (2020) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap produksi industri usaha kecil unggulan yang ada di provinsi Jambi yang mana Industri pengolahan kopi menjadi unggulannya. penelitian ini juga sejalan dengan hasil kajian Yuvanda (2021) yang mana promosi voucher discout berpengaruh terhadap keputusan pelanggan dalam membeli produk.

Variabel tenaga kerja berpengaruh signifikan pada tingkat keyakinan 10% namun berlawanan arah (negative) terhadap pendapatan kedai Kopi Lain Hati. Ini berarti bahwa untuk kedai kopi Lain Hati menambah 1 orang tenaga kerja akan menurunkan pendapatan usaha kedai kopi Lain Hati sebesar Rp. 11.424,-. Oleh karena itu Kedai Kopi Lain hati perlu memperhatikan optimalisasi tenaga kerja yang digunakan dengan memperhatikan hari dan jam yang paling banyak dikunjungi penggemar minuman kopi.

Variabel Jenis produk yang disediakan oleh Kedai Kopi Lain Hati juga berpengaruh terhadap pendapatan namun berlawanan arah (negative). Hasil penelitian ini dapat diartikan

penambahan 1 jenis produk yang ditawarkan oleh Kedai Kopi Lain hati akan menurunkan pendapatan usaha sebesar Rp 10.435. Pengusaha Kedai kopi lain hati perlu memperhatikan dan mendesain ulang produk mana yang digemari oleh konsumen.

Modal merupakan faktor yang mempengaruhi pendapatan penjual adalah Swastha (2008), selanjutnya Suciati (2022) menyatakan peningkatan modal akan berpengaruh terhadap peningkatan produksi. Namun berdasarkan hasil penelitian ini modal tidak berpengaruh terhadap pendapatan Kedai Kopi Lain Hati. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Firdaus (2016) yang menyatakan modal berpengaruh terhadap pendapatan pedagang warung kopi di kecamatan Ambulu kabupaten Jember. Ketidak berpengaruhnya modal pada pendapatan kedai kopi Lain hati disebabkan oleh modal yang digunakan berupa modal kerja dimana Kedai kopi Lain Hati menggunakan modal untuk membeli stock bahan baku untuk membuat varian kopi yang habis saja per harinya. Dalam pembelian bahan baku tersebut dilakukan setiap hari.

KESIMPULAN

Faktor – faktor yang mempengaruhi pendapatan kedai kopi Lain Hati adalah Promosi, Jenis produk dan tenaga kerja dengan tingkat keyakinan 10%. Sedangkan variabel modal tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha Kedai Kopi Lain Hati.

REFERENSI

- Artaman, D, M, A. (2015). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati di Kabupaten Gianyar*. Tesis. Program Magister Program Studi Ilmu Ekonomi Program Pascasarjana. Universitas Udayana Denpasar. Assauri, S. Manajemen Produksi dan Operasi. Lembaga penerbit. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta
- Gujarati, D. (1997). *Ekonometrika Dasar*. Erlangga. Jakarta
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Salemba Empat. Jakarta
- Mankiw N,G, dkk. (2012), *Pengantar Ekonomi Makro*. Salemba Empat. Jakarta
- Sukirno, S. (2010). *Mikro Ekonomi, Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. Rajawali Pers. Jakarta
- Nicholson, W. (2002). *Mikro ekonomi Intermediate & Aplikasinya*. Erlangga.

-
- R. Firdaus, R. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Warung Kopi di Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*
- Saryati, R., Sandria, W., & Yuvanda, S. (2020). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada Toko Rilexindo Auto Accessories. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 5(2), 185-191
- Swastha, B. (2008). *Menejemen Pemasaran Modern*. (edisi 2), Penerbit Liberty. Yogyakarta
- Yuvanda, S., Rasjid, M.R., Zamzami., & Safrie. (2020). Development on the leading small and medium-sized industry (SMI) ; Food Industry in Jambi Province. *Journal of Perspectives on Financing and regional Development*). Vol 8 No 3
- Yuvanda, S. (2020). Strategi Pengembangan Industri Kecil Menengah Pangan Unggulan Di Provinsi Jambi. *Disertasi*. Universitas Jambi.
- Yuvanda, S., & Nur, D. A. R. (2021). THE EFFECT OF E-VOUCHER AND DELIVERY RATE TOWARD FOOD PURCHASING DECISIONS VIA GRAB FOOD:(Case study on students of Muhammadiyah Jambi University). *Journal of Business Studies and Management Review*, 4(2), 169-172.
- Zely, T.J., Jahrizal., Pailis, E.A. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produksi Industri Kecil Menengah Makanan Olahan Rendang Telur di Kota Payakumbuh Sumatera Barat (Studi Kasus : IKM Rendang Di Kampung Rendang). *Jurnal Ekonomi*. No. 3 Vol 25