

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teori Variabel Terikat

2.1.1 Pengertian Pendapatan

Pedapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut. (Sadono Sukirno, 2001).

Pendapatan di dalam ekonomi pasar, dibagikan kepada para pemilik faktor- faktor produksi ekonomi dalam bentuk upah, laba, uang sewa, dan suku bunga. (Samuelson dan Nordhaus, 2001). Pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukanbunga) seorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Pendapatan merupakan konsep aliran (*flow concept*). Pendapatan usaha tani merupakan selisih antara penerimaan dan semua biaya, atau dengan kata lain pendapatan meliputi pendapatan kotor atau penerimaan total dan pendapatan bersih. Pendapatan kotor atau penerimaan total adalah nilai produksi komoditas pertanian secara keseluruhan sebelum dikurangi biaya produksi. Pendapatan usaha tani dapat dirumuskan sebagai berikut, (Rafesh Abuabakar dan Khaidir Sobri, 2014)

$$\mathbf{Pd = TR - TC}$$

$$\mathbf{TR = Y.Py}$$

$$\mathbf{TC = FC + VC}$$

Dimana :

Pd : Pendapatan Usaha Tani

TR : Total Penerimaan (*Total revenue*)

TC : Total Biaya (total Cost)

FC : Total Biaya (total Cost)

Y : Produksi yang diperoleh dalam suatu usaha tani (Output)

Py : Harga Output

2.1.2 Konsep Pendapatan (Income)

Ada tiga sumber penerimaan rumah tangga, yaitu sebagai berikut :

a. Pendapatan dari gaji dan upah

Gaji dan upah adalah balas jasa terhadap kesediaan menjadi tenaga kerja. Besar gaji atau upah seorang secara teoritis sangat tergantung dari produktifitasnya. Ada beberapa factor yang mempengaruhi produktifitas, yaitu sebagai berikut :

a) Keahlian (*Skill*)

Keahlian adalah kemampuan teknis yang dimiliki seseorang untuk mampu menangani pekerjaan yang direncanakan. Makin tinggi jabatan seseorang.

b) Mutu modal manusia (*Human Capital*)

Mutu modal manusia adalah kapasitas keahlian dan kemampuan yang dimiliki seseorang, baik karena bakat bawaan (*inborn*) maupun hasil pendidikan dan latihan.

c) Kondisi kerja (*Working Conditions*)

Kondisi kerja adalah lingkungan di mana seseorang bekerja. Penuh resiko

atau tidak. Kondisi kerja dianggap makin berat, bila resiko kegagalan atau kecelakaan kerja makin tinggi.

b. Pendapatan dari asset produktif

Asset produktif adalah asset yang memberikan pemasukan atas balasan jasa penggunaannya. Ada dua kelompok asset produktif. Pertama, asset finansial (*finansial assets*), seperti deposito yang menghasilkan pendapatan bunga, saham yang menghasilkan deviden dan keuntungan atas modal (*capital gain*) bila diperjual belikan. Kedua, asset bukan finansial (*real assets*), seperti rumah yang memberikan penghasilan sewa.

c. Pendapatan dari pemerintah (*Transfer Payment*)

Pendapatan dari pemerintah atau penerimaan transfer (*transfer Payment*) adalah pendapatan yang diterima bukan sebagai balas jasa atau input yang diberikan. Di negara – negara yang telah maju, penerimaan transfer diberikan. (Prathama Rahardjadan Mandala Manurung, 2010).

2.1.3 Sumber Sumber Pendapatan

Pendapatan atau income dari seorang warga masyarakat adalah hasil “penjualan” nya dari faktor – faktor produksi, dan sektor produksi ini “membeli” faktor – faktor produksi tersebut untuk digunakan sebagai input proses produksi dengan harga yang berlaku di pasar faktor produksi. Adapun sumber sumber pendapatan atau incomeditentukan oleh : (Boediono, 1983)

- a. Jumlah faktor faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada hasil – hasil tabungannya di tahun – tahun yang lalu dan warisan atau pemberi
- b. Harga per unit dari masing – masing faktor produksi, harga – harga ini

ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi. Pada dasarnya, perekonomian secara keseluruhan itu merupakan gabungan dari sekian banyak rumah tangga dan perusahaan didalamnya, yang satu sama lain terus berinteraksi diberbagai pasar (pasar output, pasar tenaga kerja, dan sebagainya). Seseorang yang memiliki pendapatan tinggi tentunya akan relatif mudah mencukupi berbagai kebutuhan hidupnya, bahkan cenderung untuk menikmati kemewahan. Tidak mengherankan jika orang-orang yang berpendapatan tinggi menikmati standar hidup yang lebih tinggi pula, mulai dari perumahan yang lebih menyenangkan, perawatan kesehatan yang lebih bermutu dan sebagainya. (Ratna Sukmayani (et all) , 2008).

1. Pendapatan usaha tani adalah keuntungan yang diperoleh petani dengan mengurangkan penerimaan usaha tani dengan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Pendapatan usaha tani dapat dibagi menjadi dua pengertian, yaitu: Menurut (Haryani, 2017). Pendapatan kotor, yaitu seluruh pendapatan yang diperoleh petani dalam usahatani selama satu tahun yang dapat diperhitungkan dari hasil penjualan atau pertukaran hasil produksi yang dinilai dalam rupiah berdasarkan harga persatuan berat pada saat pemungutan hasil,
2. Pendapatan bersih, yaitu seluruh pendapatan yang diperoleh petani dalam satu tahun dikurangi dengan biaya produksi selama proses produksi. Biaya produksi meliputi biaya riil tenaga kerja dan biaya riil sarana produksi.

Menurut Hernanto, mengatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha tani, yaitu:

- a. Luas usaha, meliputi areal pertanaman, luas tanaman, luas tanaman rata-rata;
- b. Tingkat produksi, yang diukur lewat produktivitas/ha dan indeks pertanaman;
- c. Pilihan dan kombinasi;
- d. Intensitas perusahaan pertanaman, dan
- e. Efisiensi tenaga kerja

2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Ada lima faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan, diantaranya:
(Mawardati, 2013)

a. Produksi

Produksi merupakan hasil akhir yang diperoleh dari suatu proses produksi. Produksi diperoleh dari kegiatan mengkombinasikan faktor faktor produksi seperti lahan, tenaga kerja, modal dan manajemen. Besar kecilnya produksi sangat mempengaruhi terhadap pendapatan usahatani.

b. Luas Lahan

Lahan merupakan pabriknya produksi pertanian. Besar kecilnya luas lahan sangat berpengaruh terhadap produksi pertanian dan pendapatan usahatani. Semakin besar luas lahan akan mempengaruhi pendapatan produksi petani.

c. Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam suatu kegiatan usahatani sangat berpengaruh terhadap pendapatan usahatani tersebut. Apalagi jika yang digunakan lebih banyak tenaga kerja luar keluarga berarti akan memperbesar biaya tunai yang harus dikeluarkan oleh petani.

d. Modal

Modal yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah jumlah biaya variabel yang digunakan petani dalam suatu proses produksi. Besar kecilnya jumlah modal yang dimiliki petani akan berpengaruh kepada pendapatan yang diperolehnya

e. Harga Jual

Selain jumlah produksi, luas lahan, tenaga kerja dan modal maka harga jual produk juga merupakan faktor yang tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi besar kecilnya pendapatan usaha tani.

2.2 Konsep Teori Variabel Bebas

2.2.1 Biaya Produksi

2.2.1.1 Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendanai aktivitas produksi. Biaya produksi diharapkan bisa minimal, tetapi harus dipahami secara integratif dengan hasil produksi. (Sadono Sukirno, 2006) Secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik.

Dalam melakukan usahatani, setiap petani pasti akan mengeluarkan biaya-biaya, yang disebut dengan biaya produksi. Biaya produksi ini terdiri dari bermacam-macam namun memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk meningkatkan hasil produksi usahatani tersebut. Jadi besarnya biaya ini tidak tergantung pada besar kecilnya produksi yang diperoleh, sedangkan biaya tetap dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi yang diperolehnya. Biaya tetap adalah sewa tanah,

pajak, alat alat pertanian, iuran irigasi, danlainnya. Biaya tidak tetap terdiri dari biaya sarana produksi, biaya tenaga kerja, biaya panen, biaya angkutan. (Soekartawi, 2008)

Kata Produksi merupakan kata serapan dari bahasa Inggris, yaitu production. Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, kata produksi diartikan sebagai proses mengeluarkan hasil; penghasilan. Di samping itu, terdapat dua makna lain dari produksi yaitu hasil dan pembuatan. Pengertian produksi tersebut mencakup segala kegiatan, termasuk prosesnya, yang dapat menciptakan hasil, penghasilan dan pembuatan. Oleh karena itu, produksi meliputi banyak kegiatan seperti pabrik membuat sekian pasang sepatu, ibu rumah tangga memasak makanan untuk santapan, malam keluarga, petani memanen padi di sawah, dan lain sebagainya. (Damsar, 2009).

2.2.1.2 Macam 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 biaya yang besar kecilnyatidak 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.

2) Biaya variabel, yaitu biaya yang besar dan kecilnya tergantung pada jumlah produksi seperti biaya pupuk, herbisida, upah langsung petani, dan alat – alat pertanian.

2.2.1.3 Tujuan Biaya Produksi

1. Memenuhi Kebutuhan manusia, manusia memiliki beragam kebutuhan terhadap barang dan jasa. Itu semua harus dipenuhi dengan kegiatan produksi.
2. Mencari keuntungan/laba dengan memproduksi barang dan jasa, produsen (orang yang memproduksi) berharap bisa menjualnya dengan memperoleh laba sebanyak-banyak.
3. Menjaga kelangsungan hidup perusahaan Produksi barang dan jasa, produsen akan memperoleh pendapatan dan laba dari penjualan produknya.
4. Meningkatkan mutu dan jumlah produksi Produsen selalu berusaha memuaskan keinginan konsumen. Dengan berproduksi, produsen punya kesempatan melakukan uji coba/eksperimen untuk meningkatkan mutu sekaligus jumlahnya agar lebih baik dari produksi sebelumnya. (Chumiatus Sa`adiyah, 2004).

2.2.2 Harga Jual

2.2.2.1 Pengertian Harga Jual

Menurut Gregory Lewis, harga jual adalah sejumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima oleh penjual. Harga jual adalah nilai yang tercerminkan dalam daftar harga, harga eceran, dan harga adalah nilai akhir yang diterima oleh perusahaan sebagai pendapatan atau net price. Harga jual

merupakan penjumlahan dari harga pokok barang yang dijual, biaya administrasi, biaya penjualan, serta keuntungan yang diinginkan. (Philip Kotler, 2007)

Harga dalam teori ekonomi, harga nilai barang dan faedah merupakan istilah yang saling berhubungan, faedah adalah atribut suatu barang yang dapat memuaskan kebutuhan, sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik harga lain dalam pertukaran.

Sedangkan harga jual adalah nilai yang dibebankan kepada pembeli atau pemakai barang dan jasa. Konsep lain menunjukkan apabila harga sebuah barang yang dibeli oleh konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan, maka dapat dikatakan bahwa penjualan total akan berada pada tingkat yang memuaskan, diukur dalam nilai rupiah, sehingga dapat menciptakan langganan. (Sudaryono, 2015)

2.2.2.2 Metode Penetapan Harga Jual

Terdapat beberapa metode penetapan harga yang sering digunakan yaitu: penetapan harga berdasarkan biaya, *break even pricing* (BEP) atau Target Pricing (harga target) adalah harga yang ditentukan berdasarkan titik impas (pulang pokok), dan *Perceived Value Pricing* (dirasakan nilai harga) adalah harga ditentukan oleh kesan pembeli (persepsi) terhadap produk yang ditawarkan. Menurut (Kamir dan Jakfar, 2018) Harga memiliki peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli yaitu:

1. Peranan alokasi harga

Peranan alokasi harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli

untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang atau jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.

1. Peranan informasi harga

Peranan informasi harga, yaitu fungsi harga dalam membimbing konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering muncul adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi sehingga konsumen menilai harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk maupun jasa yang ditetapkan

Harga menjadi ukuran bagi konsumen tatkala ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal, sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal.

Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampaknya bejangkau jauh, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai pembeli. Bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik

penjual, apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kewajiban pemerintah, maka penentuan harga yang tidak diinginkan oleh para pembeli (dalam hal ini sebagian masyarakat) bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh banyak orang atau sebagian kalangan, reaksi penolakan itu bisa diekspresikan dalam berbagai tindakan yang kadang-kadang mengarah kepada tindakan anarkis atau kekerasan yang melanggar norma hukum. (Philip Kotler, 2001).

2.2.3 Pengertian Luas Lahan

Lahan adalah tanah yang digunakan untuk usaha pertanian. Namun, tidak semua tanah merupakan lahan pertanian dan sebaliknya semua lahan pertanian adalah tanah, Menurut (Soekartawi, 1987). Luas lahan adalah keseluruhan wilayah yang menjadi tempat penanaman atau mengerjakan proses penanaman, luas lahan menjamin jumlah atau hasil yang akan diperoleh petani. Di negara agraris seperti Indonesia, lahan merupakan faktor produksi yang paling penting dibandingkan dengan faktor produksi yang lain karena balas jasa yang diterima oleh lahan lebih tinggi dibandingkan dengan faktor yang lain.

Luas lahan pertanian mempengaruhi skala usaha tani yang pada akhirnya mempengaruhi tingkat efisiensi usaha tani yang dijalankan. Pengaruh luas lahan tidak hanya pada tingkat efisiensi usaha tani, tetapi juga mempunyai dampak pada upaya transfer dan penerapan teknologi dalam pembangunan pertanian.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan

Hubungan biaya produksi dengan pendapatan dapat diperhitungkan untuk

seluruh usahatani sebagai satu unit selama periode tertentu, misalnya pada musim tanam dan juga panen. Dalam hal ini semua biaya semua produksi dijumlahkan kemudian di bandingkan dengan pendapatan diperoleh. Menurut (Daniel Moehar, 2004).

Biaya produksi sangat menentukan tingkat keuntungan. Karena keuntungan adalah selisih antara permintaan (*revenue*) dengan biaya (*cost*). Jika biaya turun, maka keuntungan produsen atau penjual akan meningkat dan seterusnya akan mendorong untuk meningkatkan jumlah pasokan ke pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Putu Crisdandi menunjukkan bahwa ada pengaruh secara parsial antara biaya produksi terhadap pendapatan petani. Karena thitung $-4,549 > t_{tabel} 2,022$. Artinya, semakin besar biaya produksi maka pendapatan petani menurun

2.3.2 Hubungan Luas Lahan Terhadap Pendapatan

Luas lahan pertanian akan mempengaruhi efisiensi atau tidaknya suatu usaha pertanian. Sering kali dijumpai makin luas lahan yang digunakan dalam usaha pertanian semakin tidak efisien lahan tersebut. Luas penguasaan lahan pertanian merupakan sesuatu yang sangat penting dalam proses produksi ataupun usaha tani dan usaha pertanian. Dalam sebuah perkebunan penggunaan masukan akan semakin efisien bila luas lahan yang dikuasai semakin besar. Sebaliknya, semakin sempit lahan usaha, semakin tidak efisien usaha tani yang dilakukan, kecuali bila suatu usaha tani dijalankan dengan tertib dan administrasi yang baik serta teknologi yang tepat. Tingkat efisiensi terletak pada penerapan teknologi, karena pada luasan yang lebih sempit, penerapan teknologi cenderung

berlebihan dan menjadikan usaha tidak efisien. Pada usaha tani yang memiliki lahan yang cukup luas, juga sering terjadi ketidakefisienan dalam penggunaan teknologi. Hal ini terjadi pada usaha tani yang tidak dilakukan dengan manajemen yang baik dan terarah, Menurut (Moehar Daniel, 2002).

Penelitian yang dilakukan Novita Sari bahwa hasil pengujian hipotesis ketiga pada substruktural ketiga secara parsial (uji t), dapat diketahui bahwa variabel luas lahan memiliki koefisien regresi berganda bertanda positif sebesar 0.051 dan nilai signifikansi 0.013 yang lebih kecil dari (5%) sehingga perhitungan variabel luas lahan memperoleh hasil bahwa variabel luas lahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usahatani kopi.

2.3.3 Hubungan Harga Jual Terhadap Pendapatan

Harga berpengaruh langsung terhadap laba usaha, laba usaha diperoleh dari pendapatan total dikurangi biaya total. Pendapatan total terdiri dari harga perunit dikalikan kuantitas yang dijual. Dengan kata lain tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang yang dijual, kuantitas barang yang dijual berpengaruh terhadap biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan pengadaan barang bagi perusahaan dagang dan efisiensi produksi bagi perusahaan manufaktur. Jadi harga berpengaruh terhadap pendapatan total dan biaya total, sehingga pada akhirnya harga berpengaruh terhadap laba usaha. Semakin tinggi harga yang ditawarkan produsen semakin tinggi juga pendapatan yang diperoleh, Menurut (Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Penelitian yang dilakukan oleh Putu Crisdandi menunjukkan bahwa biaya pemeliharaan dan harga jual secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan petani cengkeh.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Dan Penelitian	Tujuan Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Analisis Pemasaran Kopi Arabika (Coffea Arabica) (Studi kasus: Saleh, Saragih, 2019)	Mengetahui bagaimana saluran pemasaran kopi arabika, pemasaran kopi arabika di DesaSitinjo II, Kecamatan Sitinjo, Kabupaten Dairi	Dianalisis secara kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang memberikan gambaran yang lebih pemasaran kopiarabika di lokasi penelitian.	Terdapat duapola saluran pemasaran, pertama Pengumpul kemudian ke pabrik. Marginpemasaran saluran pertama yaitu Rp 0, karena tidak memiliki selisih harga, kemudian pada saluran Kedua marginpemasaran pedagang pengumpul yaituRp. 4.000. Kedua saluranpemasaran efisien dilihat Dari waktu pemasaran, jaraktempuh, namun pola saluran satu lebih efisien
2.	Alisis Saluran Pemasaran Biji Kopi Robusta (Suatu Kasus Desa Purwaraja Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis) (Apandi, Trisna,Hakim, 2019)	Mengetahui saluran pemasaran, besarnya margin pemasaran, besarnya harga yang diterima petani, serta bagaimana efisiensi pemasaran kopi robusta di Desa Purwaraja, Kecamatan Rajadesa, Kabupaten Ciamis.	Analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena, dan menemukan hipotesis	Pada saluran pemasaran I, lembaga pemasaran yang terlibat adalah pedagang besar. Pada saluran pemasaran II adalah pedagang pengumpul dan pedagang besar sebagai lembaga pemasaran. Farmer's share pada saluran I adalah 90,47 % dan farmer's share pada saluran pemasaran II sebesar 85,71 %. Besarnya total margin pemasaran saluran 1 adalah Rp 2.000 dan saluran 2 R 3.000/kg. Saluran pemasaran yang paling efisien Adalah saluranpemasaran pertama

3.	Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Bondowoso (Indrasari, 2020)	Mengetahui dan menjelaskan saluran distribusi manakah yang lebih efisien dalam pemasaran kopi rakyat di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Kabupaten Bondowoso	Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif, kualitatif.	Terdapat dua saluran pemasaran kopi rakyat di Desa Gending Waluh yang pertama petani ke pabrik PTPN kemudian ke pedagang pengecer dan konsumen, yang kedua petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer dan ke konsumen. Dari perhitungan efisiensi saluran distribusi diperoleh hasil bahwa saluran pemasaran yang lebih efisien adalah saluran pemasaran kedua dengan sisaiuran distribusi sebesar 39,3%
4.	Analisis Usahatani dan Efisiensi Pemasaran Kopi (Coffea Sp) Di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus (Lestari, Hasyim, Kasymir, 2016)	Mengetahui bagaimana usahatani kopi, proses pembentukan harga kopi pada petani, dan saluran pemasaran, serta menganalisis efisiensi pemasaran tanaman kopi di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus.	Analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif.	Usahatani kopi layak untuk diusahakan dan menguntungkan karena nilai $R/C \text{ ratio} > 1$ yaitu sebesar 54,33 untuk R/C ratio atas biaya tunai dan 91,88 untuk R/C biaya diperhitungkan. Harga yang terbentuk adalah harga yang berlaku pada Hari itu dan terjadi transaksi setelah adanya kesepakatan antara kedua pihak. Saluran pemasaran kopi yaitu dari petani ke pedagang pengumpul ke pedagang besar, dan ke eksportir. Pemasaran belum efisien karena RPM di setiap lembaga tidak menyebar secara merata.

5.	Sistem Pemasaran LadaHitam di Kabupaten Lampung Barat Provinsi Lampung. (Pradyatama, Ibrahim, Situmorang, 2019	Menganalisis efisiensi sistem pemasaran lada hitam diKecamatan WayTenong dan Air Hitam, Lampung Barat.	Analisis data yang digunakan adalah metode SCP (structure, conduct, dan performance	Sistem pemasaranlada hitam dinyatakan tidakefisien dilihatdari Strukturpasar yang tidak sempurna, walaupun produk lada bersifat homogen, danbebas keluar masuk pasar namun dalam pembentukan harga dominandi kuasai oleh lembaga pemasaran yang bertindak sebagai pembeli
6.	Analisis Pendapatan dan Pemasaran Kakao diKecamatan Bulok Kabupaten Tanggamus (Ayu, Prasmatiwi, Situmorang, 2018)	Menganalisis pendapatan usahatani kakaodan efisiensipemasaran kakaodi Kecamatan Bulok Kabupaten Tanggamus.	Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif	Pendapatan usaha tani kakao atas biaya tunai adalah Rp23.502.689,07 /tahun,danpendapatan atas biaya total adalah Rp16.365.572,38 /tahun. Sistem pemasaran belum efisien dikarenakan beberapa saluranpemasaran (50%) memiliki producer share kurang dari 60%.
7.	Pengembangan dan Pemasaran Komoditas Kopi: Transformasi Dari Budaya Tradisional Ke Budaya Petani Industri (Zakki, 2020)	Mengetahui bagaimana strategi pengembangan dan pemasaran kopi di Jawa Timur jika ditinjau dari aspek transformasi budaya petani dan tata kelola pertanian	Analisis penelitian ini menggunakan metode kualitatif	Strategi yang dilakukan yaitu peningkatan produktifitas dan mutukopi,peningkatan ekspor dan nilai tambah kopi,dukungan permodalan,revitalisasi perkebunan, kebijakan melindungi produk nasional. Petani yang semula menganut budaya tradisional yakni stagnanberkutat hanyamenghasilkan panen buah kopi,maka perlu ditransformasi menjadi petanimodern yaitu pertanian yang berbasis industri

8.	<p>Analisis Pemasaran Kakao (<i>Theobroma Cacao L</i>) di Kecamatan Margo Tabir Kabupaten Merangin (Purnami, Susilawati, Asnawat, 2018)</p>	<p>Mengetahui saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan tiap lembaga pemasaran dan menganalisis tingkat efisiensi pemasaran yang diterima masing-masing</p>	<p>Metode analisis yang digunakan yakni analisis kualitatif maupun kuantitatif</p>	<p>Terdapat dua pola saluran pemasaran kakao, saluran 1 yaitu dari petani ke pedagang pengumpul kecamatan ke pedagang besar, dan pola ke 2 yaitu dari petani ke pedagang pengumpul desa, kemudian ke pedagang besar. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran ke dua karena nilai efisiensi pemasaran yang paling rendah yaitu 4,29 % dan diikuti oleh saluran I yaitu sebesar 4,33 %</p>
9.	<p>Analisis Pendapatan Usahatani Kakao di Desa Tikong Kecamatan Taliabu Utara Kabupaten Kepulauan Sula (Juada, Esry, Baroleh, Timban, 2016)</p>	<p>Mengetahui besarnya pendapatan usaha tani kakao di Desa Tikong Kecamatan Taliabu Utara Kabupaten Sulan</p>	<p>Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif</p>	<p>Metode atau teknik bertani tradisional, karena sebagian besar petani tidak memiliki tingkat pendidikan yang tinggi. Pendapatan petani kakao di Desa Tikong Kecamatan Taliabu Utara akan meningkat apabila dijual dengan harga yang lebih tinggi analisis yang</p>
10.	<p>Efisiensi Sistem Pemasaran Cengkeh (<i>Syzygium aromaticum</i>) di Pesisir Barat (Amelia, Hasyim, dan Situmorang, 2019).</p>	<p>Menganalisis efisiensi sistem pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat dilihat dari struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar.</p>	<p>Analisis data yang digunakan adalah metode SCP (structure, conduct, dan performance)</p>	<p>Pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat hanya memiliki satu saluran pemasaran, yakni dari petani ke pedagang besar selanjutnya ke konsumen akhir (yaitu PT Aman Jaya dan PT Samson Jaya). Berdasarkan analisis struktur pasar, maka struktur pasar yang dihadapi petani adalah oligopsoni, dan pada tingkat pedagang besar</p>

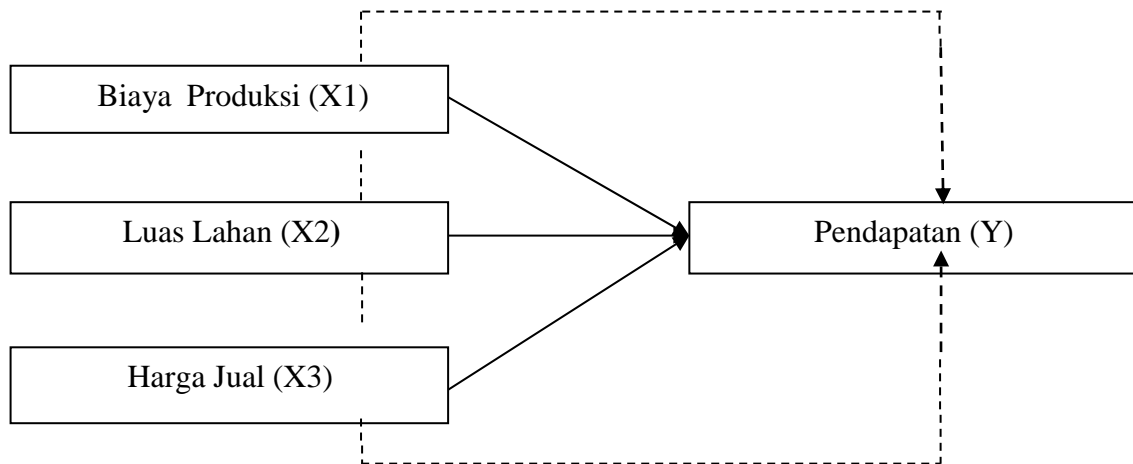
				<p>juga adalah oligopsoni. Perilaku pasar dalam pemasaran Cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat Adalah petani masih cenderung berperan sebagai price taker. Keragaan pasar pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat menunjukkan bahwa produsen's share sebesar 96,51% dan margin pemasaran pada pedagang besar adalah Rp3.157,46/kg serta perolehan RPM sebesar 0,93%.</p>
--	--	--	--	---

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Konsep penelitian ini terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen (Sugiyono, 2013). Variabel independen atau biasa disebut sebagai variabel bebas adalah variabel yang bergerak baik dalam diri individu atau yang berada di lingkungan yang mempengaruhi suatu perilaku. Sedangkan variabel dependen adalah faktor yang diamati dan diukur untuk menentukan efek variabel independen.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Biaya produksi (X1), Luas lahan (X2) dan Harga jual (X3), sedangkan variabel dependennya adalah pendapatan petani (Y).

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :

Parsial : \longrightarrow

Simultan : \dashrightarrow

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan penelitian terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Menurut (Sugiono, 2011). Hipotesis pada penelitian ini “diduga Biaya Produksi (X1) Luas Lahan (X2) Harga Jual (X3) Berpengaruh terhadap Pendapatan (Y) Masyarakat Desa Pengandonan, Kecamatan Kisam Ilir, Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan baik secara parsial maupun secara sama – sama.