

**ANALISIS PENDAPATAN USAHA PRODUK KOPI  
SEBELUM DAN SAAT PANDEMI COVID-19**  
*(Studi Kasus Usaha Kopi UD. Master Kopi)*

**Resky Ari Putra**  
**G211 16 509**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**  
**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN**  
**FAKULTAS PERTANIAN**  
**UNIVERSITAS HASANUDDIN**  
**MAKASSAR**  
**2022**

**ANALISIS PENDAPATAN USAHA PRODUK KOPI  
SEBELUM DAN SAAT PANDEMI COVID-19  
(Studi Kasus Usaha Kopi UD. Master Kopi)**

**Resky Ari Putra  
G2116509**

Skripsi  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Pertanian  
pada  
Program Studi Agribisnis  
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian  
Fakultas Pertanian  
Universitas Hasanuddin  
Makassar

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2022**

Judul Skripsi : Analisis Pendapatan Usaha Produk Kopi Sebelum Dan Saat  
Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Usaha Kopi UD. Master Kopi)

Nama : Resky Ari Putra

NIM : G211 16 509

Disetujui Oleh,



Prof. Ir. Muhammad Arsyad, S.P., M.Si., Ph.D.

Pembimbing Utama



Ni Made Viantika S., S.P., M.Agb.

Pembimbing Pendamping

UNIVERSITAS HASANUDDIN

Diketahui Oleh,



Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.

Ketua Departemen

Tanggal Pengesahan: 16 Februari 2022

**PANITIA UJIAN SARJANA  
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

---

---

**JUDUL** : ANALISIS PENDAPATAN USAHA PRODUK KOPI  
SEBELUM DAN SAAT PANDEMI COVID-19  
(Studi Kasus Usaha Kopi UD. Master Kopi)

**NAMA** : RESKY ARI PUTRA

**STAMBUK** : G211 16 509

**SUSUNAN PENGUJI**

**Prof. Ir. Muhammad Arsyad, S.P., M.Si., Ph.D.**  
Ketua Sidang

**Ni Made Viantika S, S.P., M.Agb.**  
Anggota

**Dr. Ir. Idris Summase, M.Si.**  
Anggota

**Rasyidah Bakri, S.P., M.Agb.**  
Anggota

---

---

**Tanggal Ujian: 02 Februari 2022**

## Deklarasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul “Analisis Pendapatan Usaha Produk Kopi Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Usaha Kopi UD. Master Kopi)” benar adalah karya saya dengan arahan dosen pembimbing, belum pernah diajukan atau tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Saya menyatakan bahwa, semua sumber informasi yang digunakan telah disebutkan didalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Makassar, 16 Februari 2022



Resky Ari Putra  
G211 16 509

## ABSTRAK

RESKY ARI PUTRA. Analisis Pendapatan Usaha Produk Kopi Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Usaha Kopi UD. Master Kopi). Dibimbing oleh MUHAMMAD ARSYAD dan NI MADE VIANTIKA S.

UD. Master Kopi merupakan usaha dagang yang bergerak dalam produksi kopi yang berada di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan yang aktivitasnya melakukan proses pengolahan biji kopi *green bean* menjadi kopi sangrai dan kopi bubuk, kemudian dijual kepada masyarakat baik untuk konsumsi rumah tangga, warkop dan *cafe* maupun usaha serupa. Dalam kurun waktu satu tahun terakhir, Indonesia dilanda pandemi Covid-19 yang berimbas pada perekonomian di Indonesia. Khususnya dari sisi pariwisata, investasi, perdagangan serta UMKM. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sistem pemasaran yang dilakukan di UD. Master Kopi sebelum dan saat pandemi Covid-19 serta menganalisis perbandingan pendapatan usaha produk kopi di UD. Master Kopi sebelum dan saat pandemi Covid-19. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif dengan menggunakan metode analisis pendapatan. Hasil Penelitian menunjukkan sistem pemasaran yang digunakan UD. Master Kopi dalam memasarkan produk kopi *green bean*, sangrai dan bubuk masih sama ialah dengan melakukan penjualan personal (interaksi tatap muka dengan calon pembeli), pemasaran langsung (mempromosikan produknya melalui mulut kemulut serta mengunggahnya ke *market place* yang terdapat dimedia sosial *Facebook*), dan promosi penjualan (menawarkan sampel). Kemudian produk-produk tersebut didistribusikan melalui jasa kurir maupun pengambilan langsung dan pendapatan yang diperoleh UD. Master Kopi sebelum pandemi Covid-19 periode 2019 sebesar Rp. 51.157.767 kemudian dibandingkan dengan pendapatan yang diperoleh UD. Master Kopi saat pandemi Covid-19 periode 2020 sebesar Rp. 8.035.867. Maka dari itu selisih pendapatan yang diperoleh UD. Master Kopi sebelum dan saat pandemi Covid-19 yaitu sebesar Rp. 43.121.900.

**Kata Kunci:** Sistem Pemasaran, Pendapatan, Produk Kopi, Covid-19.

## **ABSTRACT**

*RESKY ARI PUTRA. Analysis of Coffee Business Income Before and During Covid-19 Pandemic (Case Study of Coffee Business UD. Master Coffee). Supervised by MUHAMMAD ARSYAD and NI MADE VIANTIKA S.*

*UD. Master Coffee is a trading business engaged in coffee production located in Makassar City, South Sulawesi Province whose activities are processing green beans into roasted coffee and ground coffee, then sold to the public for household consumption, coffee shops and cafes as well as similar businesses. In the last one year, Indonesia was hit by the Covid-19 pandemic which had an impact on the Indonesian economy. Especially in terms of tourism, investment, trade and UMKM. The purpose of this study was to determine the marketing system carried out at UD. Master Coffee before and during the Covid-19 pandemic as well as analyzing the comparison of coffee product business income at UD. Master Coffee before and during the Covid-19 pandemic. The types of data used in this study are qualitative data and quantitative data using the method of income analysis. The results showed that the marketing system used by UD. Master Coffee in marketing green bean, roasted and ground coffee products is still the same, namely by doing personal sales (face-to-face interactions with potential buyers), direct marketing (promoting their products through word of mouth and uploading them to the market place found on social media Facebook), and promotions sales (offering samples). Then these products are distributed over courier services or direct collection and the income earned by UD. Master Coffee before the Covid-19 pandemic for the 2019 period of Rp. 51,157,767 then compared with the income earned by UD. Master Coffee during the Covid-19 pandemic for the 2020 period of Rp. 8,035,867. Therefore, the difference in income earned by UD. Master Coffee before and during the Covid-19 pandemic, which was Rp. 43,121,900.*

**Keywords:** *Marketing System, Income, Coffee Products, Covid-19.*

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



Resky Ari Putra, dilahirkan di Desa Saptamarga, Kecamatan Sukamaju, Kabupaten Luwu Utara, Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 27 Juni 1998 merupakan anak ketiga dari Bapak Jamiluddin dan Ibu Suriyati Muddu dari tiga bersaudara. Penulis telah menempuh beberapa pendidikan formal yaitu:

1. SDN 166 Saptamarga (2004-2010)
2. SMPN 1 Bone-Bone (2010-2013)
3. SMAN 1 Bone-Bone (2013-2016)

Selanjutnya penulis dinyatakan lulus di Perguruan Tinggi Universitas Negeri Hasanuddin (UNHAS) melalui jalur non subsidi (2016) pada Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian untuk jenjang pendidikan Strata Satu (S1). Selama menempuh pendidikan di UNHAS, penulis aktif dalam dunia akademik sebagai asisten mata kuliah berfikir Kreatif (2018-2019), asisten mata kuliah manajemen agribisnis (2018-2019), dan asisten mata kuliah kewirausahaan (2019-2020). Selain aktif dalam dunia akademik, penulis juga bergabung dalam organisasi lingkup Departemen Sosial Ekonomi Pertanian sebagai anggota Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian (MISEKTA) dan juga tercatat sebagai demisioner Koordinator Departemen Data dan Informasi (Dafom) periode 2018-2019. Selain itu, penulis juga turut aktif mengikuti seminar-seminar mulai dari tingkat regional, nasional hingga ke tingkat internasional.

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan **Skripsi** ini dengan judul “**Analisis Pendapatan Usaha Produk Kopi Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Usaha Kopi UD. Master Kopi)**” dibawah bimbingan Prof. Ir. Muhammad Arsyad, S.P., M.Si., Ph.D. dan Ni Made Viantika S, S.P., M.Agb. Skripsi ini sebagai tugas akhir dan syarat untuk mendapat gelar sarjana (S1) pada Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin.

Dengan selesainya skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah membantu dan memberikan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat. Semoga segala kebaikan bernilai pahala.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan, menyadari keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, dengan penuh rendah hati penulis mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Sekian dan terima kasih.

Makassar, 16 Februari 2022

Penulis,

## PERSANTUNAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Analisis Pendapatan Usaha Produk Kopi Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Usaha Kopi UD. Master Kopi)”**. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak, baik bantuan moril maupun materil. Pada kesempatan ini penulis ingin menghaturkan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada orang-orang yang terlibat dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai rasa cinta kepada Ayahanda Jamiluddin dan Ibunda Suriyati, dengan penuh kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga karena telah telah memotivasi, membesarkan, mendidik, merawat dengan penuh kasih sayang, kesabaran, ketulusan dan keikhlasan serta lantunan doa yang senantiasa dipanjatkan. Semoga tulisan ini dapat menjadi kebanggaan bagi Ayah dan Ibu. Tidak sedikit kendala yang penulis hadapi dalam proses penelitian hingga penyusunan skripsi. Namun, dengan tekad yang kuat serta dukungan dari berbagai pihak, maka kendala tersebut dapat teratasi dengan baik. Tanpa mengurangi rasa hormat kepada mereka yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih terdalam dan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Ir. Muhammad Arsyad, S.P., M.Si., Ph.D. selaku pembimbing utama, terima kasih banyak atas didikan, pengalaman, waktu, ilmu, doa dan saran mengenai berbagai hal. Meski ditengah kesibukan senantiasa meluangkan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan yang membuat kecewa, baik saat perkuliahan maupun selama proses bimbingan dan penyusunan skripsi ini. Penulis berharap semoga bapak senantiasa diberkahi dan dilindungi oleh Allah SWT.
2. Ibu Ni Made Viantika S, S.P., M.Agb. selaku dosen pembimbing kedua, terima kasih atas waktu dan ilmunya, serta senantiasa selalu sabar dalam membimbing dan memberikan masukan terhadap penulis. Penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang membuat kecewa, kesalahan dan tingkah laku yang kurang berkenan selama ini, baik saat perkuliahan maupun penyusunan skripsi ini. Semoga ibu senantiasa berada dalam kesehatan dan lindungan Allah SWT.
3. Bapak Dr. Ir. Idris Summase, M.Si. dan Ibu Rasyidah Bakri, S.P., M.Agb. selaku penguji yang telah memberikan kritik serta saran guna perbaikan penyusunan skripsi ini. Penulis memohon maaf atas kesalahan dan tingkah laku yang kurang berkenan selama ini, baik saat perkuliahan maupun penyusunan skripsi ini. Semoga bapak dan ibu senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT.
4. Bapak Achmad Amiruddin, S.P., M.Si. selaku panitia seminar proposal dan Bapak Ir. Rusli M. Rukka, S.P, M.Si. selaku panitia ujian akhir, terima kasih banyak telah meluangkan waktunya untuk mengatur jadwal seminar serta petunjuk dalam penyempurnaan tugas akhir ini. Terima kasih atas dukungan dan motivasi dan berkenan membantu ketika penulis bertanya mengenai hal-hal yang kurang atau bahkan tidak penulis pahami. Semoga bapak senantiasa diberkahi dan dilindungi oleh Allah SWT.

5. Ibu Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si., selaku Ketua Departemen dan Penasehat Akademik, serta Bapak Ir. Rusli M. Rukka, S.P., M.Si. selaku sekretaris Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yang telah banyak memberikan semangat, pengetahuan, mengayomi, dan memberikan teladan selama penulis menempuh pendidikan. Semoga ibu dan bapak senantiasa diberkahi dan dilindungi oleh Allah SWT.
6. Bapak Dr. Ir. Muh. Hatta Jamil, S.P., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Riset, dan Inovasi Fakultas Pertanian yang telah banyak memberikan semangat, ilmu, mengayomi dan memberikan kelancaran dalam urusan administrasi keperluan tugas akhir selama penulis menempuh pendidikan. Semoga Bapak senantiasa diberkahi dan dilindungi oleh Allah SWT.
7. Bapak dan Ibu dosen, khususnya Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, yang telah mengajarkan banyak ilmu dan memberikan dukungan serta teladan yang baik bagi penulis selama menempuh pendidikan.
8. Seluruh staf dan pegawai Departemen Sosial Ekonomi Pertanian dan Fakultas Pertanian terkhusus Pak Rusli, Kak Ima, Kak Cica, dan Pak Anca yang telah membantu penulis dalam proses administrasi untuk penyelesaian tugas akhir ini.
9. Kepada Bapak Muhammad Idris selaku pemilik UD. Master Kopi yang telah menerima dan mengizinkan penulis untuk mengganti informasi terkait penelitian.
10. Teristimewa pula buat, Mutya Anggi Sabrini, S.P., Muhammad Arif Naufal, S.P., Ardillah Rauf, S.P., Siti Nurazizah J. S.P., Rahmasari N S.P., Nur Alam S.P., dan Fitri Anugrah Sari yang telah menjadi teman berdiskusi dan berbagi pandangan terkait penelitian ini. Terima kasih telah meluangkan waktu dan bersedia membantu dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi pendengar yang baik, juga atas segala bantuan, semangat dan motivasinya kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini. Terima kasih untuk segala pengalaman dan kisah perjuangan sarjana selama 5 tahun ini yang mengukir banyak pelajaran untuk kehidupan penulis.
11. Teruntuk teman-teman sepebimbingan A. Utami Munandar dan A. Desi Ramadhani Putri S.P. terima kasih selalu ada menemani, membantu dan berbagi suka duka dikala bimbingan.
12. Teruntuk Sahabat GBU Mutya Anggi .S, S.P, Rinta Trisiantari, S.P., Ardiansyah, S.P., Stevian Krismon, S.P., Salwa Jibrán S.P., Sarah Salsabila P., S.P., A. Kumala Sari, S.P., Rosida Salam, S.P., Antafani Mawaddah Anwar, dan Andika terima kasih sudah mau menjadi sahabat yang selalu ada dalam kebersamaian di Prodi Agribisnis sejak tahun 2016 hingga saat ini. Terima kasih telah menjadi warna dalam seluruh cerita perjalanan perkuliahan terutama semua dukungannya selama proses penulisan skripsi. Terima kasih atas segala cerita, pengalaman, tawa, pengorbanan, dan kebersamaannya.
13. Teruntuk Ichsan Nur Safar, S.P., M. Amin Saputra, S.P., Indra Budiman, S.P., A. Faturrahman Amin, S.P. Siswanto Sudiarsa, dan Hasrul, terima kasih telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam pengurusan administrasi serta menemani penulis disaat penat.
14. Keluarga Besar Mahasiswa Agribisnis Angkatan 2016 (MASA6ENA). Terima kasih telah menjadi saudara dan keluarga baru. Terima kasih atas cerita, ilmu, pengalaman, tawa, dan tangis yang telah terukir. Kebersamaan yang tidak akan penulis lupakan, semoga kita semua mencapai keberhasilan kita masing-masing dengan cara yang indah.

15. Teruntuk teman perantauanku Nened, Agil, Ciwang, Fahmi, Chandra, Angga, Aldi, Wajo, Mila dan Tina yang selalu mendukung dan memotivasi. Terima kasih telah menjadi saudara dan warna dalam kehidupan penulis dan selalu meyemangati serta memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga kita bisa mencapai keberhasilan kita masing-masing dan kebersamaan tetap ada dan tetap sama.
16. Terima Kasih kepada teman-teman KKN Tematik DSM Bantaeng Hafidin, Irham, Fajrin, Fatur, Tio, Besse, Mila, Mimi, Caca, Sasa, Fira, dan Rini terima kasih atas segala rangkaian cerita, pengetahuan, pengalaman KKN serta menjadi keluarga baru bagi penulis.
17. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan yang tak mampu penulis sebutkan satu-persatu. Terima kasih banyak. Demikianlah dari penulis, semoga segala pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah membalas segala kebaikan kita semua.

Makassar, 16 Februari 2022

Penulis,

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>Deklarasi</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>PERSANTUNAN</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
<b>2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Produk Kopi .....	5
2.2 Konsep Pendapatan .....	9
2.2.1 Konsep Penerimaan .....	10
2.2.2 Konsep Biaya Produksi .....	11
2.3 Harga .....	12
2.4 Pemasaran .....	13
2.5 Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha .....	13
2.6 Penelitian Terdahulu .....	16
2.7 Kerangka Pemikiran.....	18
<b>3. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19
3.2 Jenis Dan Sumber Data .....	19

3.3 Penentuan Informan .....	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	20
3.5 Metode Analisis Data .....	20
3.5.1 Analisis Deskriptif Kualitatif .....	20
3.5.2 Analisis Pendapatan .....	21
3.6 Konsep Operasional .....	21
<b>4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum .....	23
4.1.1 Sejarah Usaha .....	23
4.1.2 Visi dan Misi .....	23
4.1.3 Lokasi Usaha .....	24
4.1.4 Struktur Organisasi .....	24
4.1.5 Aktivitas Usaha .....	25
4.2 Sistem Pemasaran UD. Master Kopi Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 .....	25
4.2.1 Spesifikasi Produk ( <i>Product</i> ) .....	26
4.2.2 Penetapan Harga ( <i>Price</i> ) .....	26
4.2.3 Tempat ( <i>Place</i> ) .....	27
4.2.4 Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	27
4.2.5 Distribusi ( <i>Distribution</i> ).....	28
4.3 Analisis Biaya Usaha UD. Master Kopi Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 ...	28
4.3.1 Biaya Tetap .....	29
4.3.2 Biaya Variabel .....	29
4.3.3 Total Biaya .....	31
4.4 Analisis Penerimaan UD. Master Kopi Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 .....	32
4.5 Analisis Pendapatan UD. Master Kopi Sebelum dan Saat pandemi Covid-19.....	33
<b>5. KESIMPULAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	34
5.2 Saran.....	34
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>xviii</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Luas Lahan, dan Jumlah Produksi Kopi Robusta dan Arabika di Sulawesi Selatan Tahun 2020 .....	1
Tabel 2	Luas Lahan, dan Jumlah Produksi Kopi di Kabupaten dan Kota di Sulawesi Selatan Tahun 2020 .....	2
Tabel 3	Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 4	Matriks Metode Analisis Data .....	20
Tabel 5	Harga Jual Produk Kopi di Usaha UD. Master Kopi Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19, Periode 2019 – 2020 .....	27
Tabel 6	Analisis Biaya Tetap Usaha UD. Master kopi Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19, Periode 2019 – 2020 .....	29
Tabel 7	Analisis Biaya Variabel Usaha UD. Master kopi Sebelum Pandemi Covid-19, Periode 2019 .....	30
Tabel 8	Analisis Biaya Variabel Usaha UD. Master kopi Saat Pandemi Covid-19, Periode 2020 .....	30
Tabel 9	Analisis Total Biaya Usaha UD. Master kopi Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19, Periode 2019 – 2020 .....	31
Tabel 10	Analisis Penerimaan Usaha UD. Master kopi Sebelum Pandemi Covid-19, Periode 2019 .....	32
Tabel 11	Analisis Penerimaan Usaha UD. Master kopi Saat Pandemi Covid-19, Periode 2020 .....	32
Tabel 12	Analisis Pendapatan Usaha UD. Master kopi Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19, Periode 2019 – 2020 .....	33

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran .....	18
Gambar 2 Struktur Organisasi pada Usaha UD. Master Kopi .....	24

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Pertanyaan .....	xxi
Lampiran 2	Biaya Variabel .....	xxv
Lampiran 3	Biaya Tetap .....	xxvii
Lampiran 4	Penjualan .....	xxviii
Lampiran 5	Sisa Bahan Baku .....	xxviii
Lampiran 6	Dokumentasi .....	xxix

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan usaha industri di Indonesia tidak lepas dari persaingan bisnis, dari persaingan tersebut banyak variasi untuk mencapai keuntungan yang diperoleh perusahaan. Keuntungan merupakan pendapatan yang diperoleh produsen didalam menjalan kegiatan bisnis mereka yang mana memiliki barang/jasa yang bisa meningkatkan nilai produksi serta bermanfaat dalam perkembangan usaha industrinya. Pembangunan untuk tujuan industri juga menjadi sumber yang dapat meningkatkan pendapatan, akan tetapi hal itu harus didukung pula oleh ketersediaan sumber daya ekonomi, baik sumber daya alam, sumber daya manusia, maupun sumber daya modal yang produktif.

Produk-produk hasil dari hasil produksi perkebunan di Indonesia memiliki prospek yang bagus untuk dikembangkan. Prospeknya adalah seperti tumbuhnya industri hilir sampai hulu yang menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan penghasilan petani dengan nilai jual yang tinggi, tersedianya lahan yang cukup luas serta menghasilkan aneka produk olahan yang memenuhi kebutuhan masyarakat.

Indonesia merupakan negara produsen kopi keempat terbesar di dunia setelah Brazil, Vietnam, dan Colombia. Ada sekitar 67% total produksi kopi di ekspor, sedangkan sisanya (33%) untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Kendati begitu, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), luas perkebunan-perkebunan kopi di Indonesia menurun karena para petani telah mengubah fokus produksi mereka kepada minyak sawit (seperti minyak sawit mentah dan minyak inti kelapa sawit), karet dan kakao yang semuanya memberikan pendapatan yang lebih tinggi di pasar internasional (Noviansah et al., 2019).

Kopi juga menjadi salah satu komoditi unggulan di Provinsi Sulawesi Selatan. Dimana menduduki urutan ke tujuh dengan jumlah produksi terbesar di Indonesia. Terdapat dua jenis kopi yang terdapat di Provinsi Sulawesi Selatan yaitu robusta dan kopi arabika, dari dua jenis kopi, kopi arabika merupakan jenis kopi yang paling banyak dibudidayakan di Sulawesi Selatan, ini dikarenakan dimana kopi arabika Sulawesi Selatan yang memiliki kualitas cita rasa dan aroma yang khas dan telah diekspor ke beberapa negara lain. Adapun luas lahan dan jumlah produksi kopi arabika dan kopi robusta pada tahun 2020 dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

**Tabel 1. Luas Tanaman, dan Jumlah Produksi Kopi Arabika dan Kopi Robusta di Sulawesi Selatan Tahun 2020**

No.	Jenis Kopi	Luas Tanaman (Ha)	Produsksi (Ton)	Persentase (%)
1.	Kopi Robusta	22.780	8.908	26
2.	Kopi Arabika	54.829	25.519	74
	<b>Total</b>	<b>77.609</b>	<b>34.427</b>	<b>100</b>

*Sumber: Badan Pusat Statistika Sulawesi Selatan Dalam Angka 2020*

Tabel 1 menunjukkan bahwa luas tanaman dan jumlah produksi kopi terbanyak di Provinsi Sulawesi Selatan tahun 2020 adalah jenis kopi arabika dengan jumlah produksi sebesar 25.519 Ton dengan presentase sebesar 74%. Sedangkan jenis kopi robusta memiliki jumlah produksi sebesar 8.908 Ton dengan presentase 26%. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa di Provinsi Sulawesi Selatan jenis kopi yang paling banyak dibudidayakan adalah jenis

kopi arabika. Adapun luas tanaman dan banyaknya produksi kopi di kabupaten dan kota yang berada di Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2020 dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini:

**Tabel 2. Luas Tanaman, dan Jumlah Produksi Kopi di Kabupaten dan Kota di Sulawesi Selatan Tahun 2020**

No.	Kabupaten/Kota	Luas Tanaman (Ha)	Persentase (%)	Produksi (Ton)
1.	Kepulauan Selayar	9	0,01	3
2.	Bulukumba	4.113	5,2	1.018
3.	Bantaeng	3.851	5	1.211
4.	Jeneponto	2.607	3,3	821
5.	Takalar	11	0,01	4
6.	Gowa	5.289	6,8	2.213
7.	Sinjai	3.860	5	1.818
8.	Maros	816	1	70
9.	Pangkep	660	0,8	132
10.	Barru	677	0,8	28
11.	Bone	1.036	1,3	425
12.	Soppeng	322	0,4	63
13.	Wajo	58	0,07	22
14.	Sidrap	598	0,8	311
15.	Pinrang	4.351	5,6	3.141
16.	Enrekang	17.848	23	8.985
17.	Luwu	4.955	6,3	2.420
18.	Tana Toraja	13.944	18	3.987
19.	Luwu Utara	1.703	2,1	1.111
20.	Luwu Timur	45	0,06	2
21.	Toraja Utara	10.776	13,9	6.618
22.	Makassar	0	0	0
23.	Pare Pare	0	0	0
24.	Palopo	80	0,1	24
<b>Total</b>		<b>77.609</b>	<b>100</b>	<b>34.427</b>

*Sumber: Badan Pusat Statistika Sulawesi Selatan Dalam Angka 2020*

Tabel 2 menunjukkan bahwa pada tahun 2020 untuk Provinsi Sulawesi Selatan tanaman kopi yang produksinya tersebar di beberapa kabupaten/kota yang ada di Provinsi Sulawesi Selatan. Dimana total luas tanaman kopi di Sulawesi Selatan yakni 77.609 Ha, jumlah produksi tanaman kopi sebanyak 34.427 Ton. Di Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2020 yang memiliki luas tanaman kopi terbesar terdapat di Kabupaten Enrekang dengan total luas tanaman mencapai 17.848 Ha dimana mampu memproduksi sebanyak 8.985 Ton.

Berdasarkan data pada tabel 2 diatas terkait luasan kepemilikan lahan kopi di Sulawesi Selatan menjadi suatu peluang baru dalam hal bisnis kopi. Keberhasilan bisnis kopi membutuhkan berbagai inovasi untuk meningkatkan nilai tambah baik diolah menjadi kopi

bubuk, kopi instan, kopi biji matang (*roasted coffee*), kopi mix, aneka minuman kopi dalam kemasan, serta aneka produk turunan lainnya agar dapat bersaing di pasar. Peluang usaha olahan kopi menjanjikan karena tidak terlepas dari kegemaran serta kebiasaan sebagian masyarakat yang suka mengonsumsi kopi. Hal ini dikarenakan kopi memiliki rasa, aroma yang khas, dan mempunyai manfaat tersendiri bagi penikmatnya.

UD. Master Kopi adalah usaha dagang yang merupakan salah satu usaha dagang yang bergerak dalam produksi kopi yang berada di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan. UD. Master Kopi memperoleh bahan baku dari pedagang pengumpul yang tersebar di lima kabupaten penghasil kopi di Sulawesi Selatan yang aktivitasnya adalah melakukan proses pengolahan biji kopi *green bean* menjadi kopi sangrai dan kopi bubuk, yang kemudian didistribusikan atau dijual kepada masyarakat baik dilingkungan sekitar, seperti konsumsi rumah tangga, warkop dan *café* maupun usaha yang serupa. Dalam kurun waktu satu tahun terakhir, Indonesia dilanda pandemi Covid-19 yang berimbas pada perekonomian di Indonesia. Khususnya dari sisi pariwisata, investasi, perdagangan serta usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku usaha mikro kecil dan menengah terdampak pandemi Covid-19. Kebanyakan koperasi dan perdagangan yang terkena dampak pandemi Covid-19 bergerak pada bidang kebutuhan sehari-hari, sedangkan sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman. Para pengelola koperasi dan perdagangan merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal dan terhambatnya distribusi. Sementara itu, sektor UMKM yang terguncang selama pandemi Covid-19, selain makanan dan minuman, adalah industri kreatif dan pertanian.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka rumusan masalah yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem pemasaran yang dilakukan di UD. Master Kopi sebelum dan saat pandemi Covid-19?
2. Berapakah perbandingan pendapatan usaha produk kopi di UD. Master Kopi sebelum dan saat pandemi Covid-19?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sistem pemasaran yang dilakukan di UD. Master Kopi sebelum dan saat pandemi Covid-19.
2. Untuk menganalisis perbandingan pendapatan usaha produk kopi di UD. Master Kopi sebelum dan saat pandemi Covid-19.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi UD. Master Kopi, informasi ini dapat berguna dalam pengambilan langkah-langkah yang tepat bagi pengembangan usaha kopi di masa pandemi Covid-19 yang dapat meningkatkan pendapatannya.
2. Untuk peneliti, ini merupakan bagian dari proses belajar yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan, sehingga dapat lebih memahami aplikasi dan teori-teori yang selama ini dipelajari di perkuliahan, dengan membandingkan langsung kondisi sesungguhnya yang terjadi di lapangan.
3. Untuk akademisi, penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dalam menambah ilmu pengetahuan dan menjadi pedoman apabila terdapat penelitian selanjutnya yang serupa.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Produk Kopi

Tanaman kopi merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang sudah lama dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Tanaman ini membutuhkan waktu tiga tahun dari saat perkecambahan sampai menjadi tanaman berbunga dan menghasilkan buah kopi. Semua *species* kopi berbunga berwarna putih yang beraroma wangi. Bunga tersebut muncul pada ketiak daunnya. Adapun buah kopi tersusun dari kulit buah (*epicarp*), daging buah (*mesocarp*) dikenal dengan sebutan pulp, dan kulit tanduk (*endocarp*). Buah yang terbentuk akan matang selama 7-12 bulan. Setiap buah kopi memiliki dua biji kopi. Biji kopi dibungkus kulit keras disebut kulit tanduk (*parchment skin*). Biji mempunyai alur pada bagian datarnya (Audry, 2017).

Menurut Nurhikma (2018), perakaran tanaman kopi adalah akar tunggang sehingga tidak mudah rebah. Akar tunggang tersebut dimiliki oleh kopi yang pada awal pembibitannya menggunakan bibit semai atau bibit sambung (okulasi) pada batang bawah kopi berasal dari bibit yang telah disemai. Tanaman kopi mudah rebah karena tidak memiliki akar tunggang. Tanaman kopi mudah rebah apabila kopi tersebut berasal dari bibit yang di setek, cangkok dan okulasi. Tanaman kopi memiliki bentuk batang yang tegak, bercabang dan tingginya bisa mencapai 12 m. Percabangan kopi berbeda dengan jenis-jenis tanaman lain. Sifat dan cabang kopi memiliki fungsi yang berbeda-beda, untuk cabang yang tegak lurus berfungsi sebagai reproduksi (cabang reproduksi), fungsi cabang ini sama dengan cabang yang utama jika cabang utama mati maka cabang reproduksi dapat berperan seperti cabang utama. Menurut Purba (2019), kopi juga merupakan jenis tanaman tropis, yang dapat tumbuh dimana saja, terkecuali pada tempat-tempat terlalu tinggi dengan temperatur yang sangat dingin atau daerah-daerah tandus yang memang tidak cocok bagi kehidupan tanaman kopi.

Kopi diperoleh dari tanaman kopi (*coffea sp*) yang termasuk dalam familia *Rubiacea*. Ada banyak varietas buah kopi, namun yang utama dalam budidaya kopi di berbagai negara hanya beberapa varietas, yaitu kopi Arabika, Robusta, Liberika dan Excelsa yang dahulu banyak ditanama di Afrika. Tanaman kopi menghendaki tanah dengan lapisan tanah atas yang dalam, yang gembur, dan yang mengandung banyak bahan organik. Tanah bekas abu gunung berapi sangat baik untuk tanaman kopi. Untuk tumbuh subur diperlukan curah hujan sekitar 2000- 3000 mm tiap tahun (Purba, 2019).

Menurut Nurhikma (2018), pada awalnya tanaman kopi tumbuh di hutan-hutan dan dataran yang tinggi, untuk penyebarannya kopi pada awal kemunculannya lumayan lambat, dikarenakan pada saat itu kopi hanya berkhasiat untuk menghangatkan badan. Ketika ditemukan cara pengelolaan kopi yang lebih baik, ternyata tanaman kopi memiliki aroma yang khas dan rasa yang nikmat. Biji kopi mengandung kafein sehingga sebagian orang tidak suka meminum kopi karena dapat mempercepat atau merangsang daya kerja jantung dan otak. Untuk menghilangkan kandungan *caffeien* dalam kopi sekarang telah banyak dikembangkan cara-cara pengelolaan kopi yang lebih beragam dengan tidak menghilangkan aroma khas dan nikmat kopi.

Konsumsi kopi dunia mencapai 70% berasal dari spesies kopi Arabika dan 30% berasal dari spesies kopi Robusta (Sembiring et al., 2015). Kopi Arabika memiliki banyak varietas, bergantung dari negara, iklim, dan tanah tempat kopi itu ditanam. Kopi yang berasal dari Brasil dan Etiopia ini menguasai 70 persen pasar kopi dunia. Kopi lokal semacam Toraja, Mandailing, maupun kopi luar negeri, seperti Columbia dan Brasilia, merupakan beberapa varian kopi Arabika. Kopi ini hidupnya di daerah sejuk dan dingin, Arabika juga mempunyai rasa asam yang tidak dimiliki kopi jenis Robusta dan memiliki rasa kental saat disesap di mulut (Purba, 2019).

Kopi berasal dari Afrika, yaitu daerah pegunungan di Etopia. Namun, kopi sendiri baru dikenal oleh masyarakat dunia setelah tanaman tersebut dikembangkan di luar daerah asalnya, yaitu Yaman di bagian selatan Arab, melalui para saudagar Arab. Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia (Sembiring et al., 2015).

Terdapat dua spesies tanaman kopi yang dikembangkan di Indonesia, yaitu kopi Arabika dan kopi Robusta. Kopi Arabika merupakan jenis kopi tradisional, dianggap paling enak rasanya, dan kopi Robusta yang memiliki kafein lebih tinggi, dapat dikembangkan dalam lingkungan dimana kopi Arabika dapat tumbuh, dengan rasa yang pahit dan asam. Kopi Arabika di Indonesia umumnya ditanam di Aceh, Sumatera Utara, Sulawesi Selatan, Bali, dan Nusa Tenggara Timur (Purba, 2019).

Menurut Saragih (2017), Komoditas kopi merupakan komoditas ekspor penting di Indonesia. Bahkan kopi merupakan komoditas terpenting kedua dalam perdagangan internasional. Menurut Direktorat Jenderal Bina Produksi Perkebunan dalam Audry (2017), komposisi kepemilikan perkebunan kopi di Indonesia didominasi oleh Perkebunan Rakyat (PR) dengan porsi 96 % dari total areal di Indonesia. Menurut Suseno (2015), Perkebunan rakyat adalah perkebunan yang diselenggarakan atau dikelola oleh rakyat/pekebun yang dikelompokkan dalam usaha kecil tanaman perkebunan rakyat dan usaha rumah tangga perkebunan rakyat. Selain Perkebunan Rakyat (PR) 2% sisanya merupakan Perkebunan Besar Negara (PBN) serta 2% merupakan Perkebunan Besar Swasta (PBS). Posisi tersebut menunjukkan bahwa peranan petani kopi dalam perekonomian nasional cukup signifikan. Hal ini juga berarti bahwa keberhasilan perkopian Indonesia secara langsung akan memperbaiki kesejahteraan petani.

Menurut Direktorat Kajian Startegis dan Kebijakan pertanian (2017), kopi merupakan produk perkebunan yang mempunyai peluang pasar, baik didalam negeri maupun di luar negeri. Sejak tahun 1984 pangsa ekspor kopi Indonesia di pasar kopi internasional menduduki nomor tiga ternggi setelah Brazilia dan Kolombia, bahkan untuk kopi jenis robusta ekspor Indonesia menduduki peringkat pertama di dunia. Sebagian besar ekspor kopi Indonesia adalah jenis kopi robusta (94%), dan sisanya adalah kopi jenis arabika. Namun sejak tahun 1997 posisi Indonesia tergeser oleh Vietnam. Amerika Serikat merupakan negara pengimpor produk kopi terbesar pertama di Indonesia. Permintaan ekspor produk kopi Indonesia ke pasar Amerika Serikat (AS) terbilang cukup tinggi, namun selain mengimpor kopi dari Indonesia AS juga melakukan impor kopi dari negara-negara pengeksport kopi lainnya di dunia untuk memenuhi jumlah kebutuhan kopi di AS.

Menurut Purba (2019), Kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan yang penting dalam perekonomian nasional. Hal ini terlihat dari peran sektor perkebunan kopi terhadap penyediaan lapangan kerja, penyedia devisa Negara melalui ekspor. Dalam hal penyediaan lapangan kerja usaha tani kopi dapat memberi kesempatan kerja sebagai pedagang pengumpul hingga eksportir, buruh perkebunan besar dan buruh industri pengelola kopi. Indonesia pernah mengalami penurunan produksi kopi hal ini disebabkan karena umur kopi yang sudah cukup tua, dan pemeliharaan yang cukup intensif. Namun hal tersebut masih dapat di tingkatkan dengan cara merehabilitasi tanam kopi yang tidak produktif lagi dan meningkatkan terhadap pemeliharaan kopi tersebut. Dengan demikian peran kopi tetap dapat di pertahankan dan di harapkan dapat meningkatkan pendapatan nasional, mengingat kopi merupakan salah satu komoditi ekspor yang unggul .

Perkembangan sebuah perusahaan dalam mencapai target penjualan, pihak perusahaan harus menciptakan produk atau jasa yang dirancang untuk memuaskan keinginan konsumen. Maka dari itu pihak perusahaan harus berusaha mengambil hati konsumen dalam penciptaan produk berkualitas sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi (Liany, 2016).

Kualitas dapat diukur berdasarkan produk yang dihasilkan untuk konsumen. Berikut pengertian produk menurut Kotler dan Amstrong (2001:346), adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen” (Liany, 2016).

Produk akan menarik minat para konsumen apabila diimbangi dengan kualitas yang baik. Salah satu nilai utamanya adalah kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2006,.229), “*product quality is the ability of a product to perform its function, it includes the product’s several durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*”. Pengertian di atas menerangkan bahwa kualitas produk yaitu kemampuan suatu produk berdasarkan fungsinya yang meliputi daya tahan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan dalam penggunaan dan nilai-nilai lainnya. Demi menjaga kualitas produk, pihak perusahaan perlu mengadakan standar-standar operasional secara berkesinambungan sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi (Liany, 2016).

Kualitas dari produk dan pelayanan memberikan kontribusi besar bagi kepuasan tamu atau dapat dikatakan kepuasan pelanggan terhadap makanan dan minuman yang bermula dari kualitas. Maka dari itu produk minuman kopi yang disajikan harus berkualitas dan juga sesuai dengan unsur-unsur yang menjadi penilaian pelanggan (Liany, 2016).

Menurut Kristiningrum et al., (2016), tingkat konsumsi kopi di Indonesia mengalami kenaikan dari tahun ketahun yang mengindikasikan berhasilnya kemampuan industri kopi dalam melakukan pengembangan produk kopi untuk memenuhi kebutuhan dan selera konsumen. Menurut Liany (2016), kenaikan tersebut turut dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi yang memicu kemunculan masyarakat kelas menengah yang memiliki gaya hidup yang bermacam-macam, salah satunya mengkonsumsi kopi di kedai-kedai kopi modern (*coffee shop*). Para pengusaha minuman kopi harus mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk mengantisipasi hal ini para pengusaha harus tetap konsisten dalam memberikan kopi berkualitas sehingga tercapainya kepuasan konsumen.

Mutu biji kopi sangat bergantung pada proses penanganan pasca panen yang dilakukan dengan tepat. Dengan penanganan pasca panen yang tepat di setiap prosesnya, mutu kopi bisa ditingkatkan. Mutu dari kopi sangat ditentukan oleh penanganannya selama panen dan pasca

panen. Kopi yang dipetik pada saat tua merupakan kopi dengan mutu tinggi. Sebaliknya kopi yang belum merah namun sudah dipetik akan mengakibatkan aroma dan rasa yang kurang karena masa masak buah kopi yang belum matang sempurna. Pencampuran antara kopi tua dan muda yang sering dilakukan pedagang akan menyebabkan menurunnya kualitas kopi yang dihasilkan (Edvan et al., 2016).

Biji kopi yang berkualitas dapat membantu usaha produk kopi. Usaha produk kopi merupakan bisnis yang memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Untuk disektor hilir, bisnis kopi akhir-akhir ini cenderung bertumbuh dan berkembang secara beragam. Industri hilir kopi dapat diusahakan sebagai usaha menengah maupun kecil, disesuaikan dengan kemampuan memulai.

Produk kopi Indonesia juga telah cukup terkenal di pasar kopi Amerika Serikat, berbagai jenis kopi baik *green coffee* (biji kopi mentah), *roasted coffee* (biji kopi yang telah disangrai), maupun kopi olahan dari Indonesia merupakan komoditas ekspor yang diimpor oleh Amerika Serikat (AS). Namun ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat saat ini masih didominasi oleh jenis kopi biji dari jenis arabika dan robusta dibandingkan dengan jenis kopi specialty dan olahan. Biji kopi yang diimpor oleh AS dari Indonesia nantinya akan melalui tahap pengolahan kembali di AS hingga kemudian menjadi berbagai minuman kopi yang tersedia di *cafe-cafe* atau *coffee shop* di Amerika Serikat (Direktorat Kajian Strategis dan Kebijakan Pertanian, 2017). Adapun produk olahan buah kopi terdapat 3 macam yaitu:

1. Biji kopi mentah atau *green beans* adalah biji dari buah kopi masak yang sudah dihilangkan daging buah dan cangkangnya. Biji kopi mentah tersebut telah disortir dan dikeringkan untuk memenuhi standar mutu pasaran. Menurut Nugroho dan Sebatubun (2020), Petani dan *coffee expert* membedakan varietas kopi arabika melalui bentuk dan karakter dari green bean atau kopi mentah. Perbedaan ciri ini meliputi perbedaan warna, bentuk, atau tekstur. Setiap varietas kopi memiliki harga yang berbeda-beda tergantung dari jenis varietasnya.
2. Kopi sangrai atau *coffee roasting* adalah kopi yang tercipta melalui biji kopi mentah yang dipanggang atau penyangraian hingga biji matang sampai warnanya kecoklatan atau sampai tingkat kematangan sesuai yang diinginkan. Menurut Edvan (2016), proses penyangraian adalah proses pembentukan rasa dan aroma pada biji kopi. Apabila biji kopi memiliki keseragaman dalam ukuran, *specific gravity*, tekstur, kadar air dan struktur kimia, maka proses penyangraian akan relatif lebih mudah untuk dikendalikan. Dengan demikian, diperlukan penyangraian kopi yang sesuai atau tepat terhadap suhu dan lamanya penyangraian.
3. Kopi bubuk adalah bentuk kopi yang paling sering kita jumpai. Kopi bubuk adalah biji kopi yang sudah diproses dan digiling halus dalam bentuk butiran-butiran kecil sehingga mudah diseduh dengan air panas dan dikonsumsi. Menurut Azizah et al., (2019), karakteristik kopi bubuk dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya adalah berdasarkan cara pengolahan. Pada pengolahan dari buah kopi sampai menjadi biji kopi suatu proses yang pasti dilalui, yaitu fermentasi. Fermentasi berpengaruh terhadap karakteristik kopi bubuk yang dihasilkan.

Setiap tahun *trend* kopi terus meningkat, khususnya di Indonesia. Hal ini mempengaruhi terhadap kenaikan permintaan kopi di Indonesia, sehingga perluasan usaha kopi harus juga ditingkatkan. Pertumbuhan konsumsi kopi yang terjadi di negara-negara produsen

sering dengan pertumbuhan ekonomi di negara-negara produsen tersebut yang kebanyakan adalah negara berkembang termasuk Indonesia dan Brazil. Menurut Konsultan *International Coffee Organization* (ICO) yaitu *P&A Marketing International*, memperkirakan bahwa pertumbuhan konsumsi kopi global dalam periode 2005-2015 meningkat 35,5% (Direktorat Jenderal Industri Agro dan Kimia dalam Audry, 2017).

Secara umum ekspor kopi Indonesia dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi, baik volume maupun nilainya. Menurut Direktorat Kajian Startegis dan Kebijakan pertanian (2017), semakin meningkatnya permintaan jumlah ekspor kopi Indonesia ke pasar luar negeri, menunjukkan keberhasilan produk kopi Indonesia dalam menembus pasar luar negeri dan hal ini merupakan kemajuan yang sangat baik bagi perkembangan pertumbuhan perekonomian di Indonesia serta mampu meningkatkan jumlah penghasilan bagi para petani kopi.

## 2.2 Konsep Pendapatan

Suatu kegiatan perekonomian yang bergerak dalam sektor apapun dalam penentuan tingkat produksi akan memperhitungkan tingkat pendapatan yang akan dihasilkan dalam suatu produksi. Dengan efisiensi biaya produksi maka akan mencapai *profit*/keuntungan yang maksimum karena *profit* merupakan salah satu tujuan penting dalam melakukan usaha (Ginting, 2019).

Kebutuhan dan keinginan tidak terbatas jumlahnya, hanya saja kebutuhan dan keinginan tersebut dibatasi dengan jumlah pendapatan yang diterima oleh seseorang. Pendapatan yang diterima oleh masyarakat tentu berbeda antar satu dengan yang lainnya, hal ini disebabkan berbedanya jenis pekerjaan yang dilakukannya. Perbedaan pekerjaan tersebut dilatar belakangi oleh tingkat pendidikan, *skill* dan pengalaman dalam bekerja. Pendapatan merupakan suatu hasil yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga dari berusaha atau bekerja. Jenis masyarakat bermacam ragam, seperti bertani, nelayan, beternak, buruh, serta berdagang dan juga bekerja pada sektor pemerintah dan swasta (Pertiwi, 2015).

Suatu usaha yang bergerak dalam sektor formal maupun informal dalam penentuan tingkat produksi akan memperhitungkan tingkat pendapatan yang akan dihasilkan dalam suatu produksi. Dengan efisiensi biaya produksi maka akan mencapai *profit*/keuntungan yang maksimum karena *profit* merupakan salah satu tujuan penting dalam berusaha (Bastian, 2015).

Pendapatan usaha atau perolehan dari kegiatan operasi utama dalam suatu perusahaan ialah pendapatan misal penerimaan hasil penjualan termasuk dalam pendapatan usaha. Penghasilan yang didapatkan pada transaksi dalam penyediaan barang atau jasa atau kegiatan bisnis lain ialah transaksi yang secara tepat berkaitan dengan kegiatan dalam mendapatkan penghasilan untuk peroleh keuntungan pemilik (Lesly dan Yuliadi, 2020).

Pada hakikatnya pendapatan yang diterima oleh seseorang maupun suatu badan usaha tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti tingkat pendidikan dan pengalaman seorang, semakin tinggi tingkat pendidikan dan pengalaman maka makin tinggi pula tingkat pendapatannya, kemudian juga tingkat pendapatan juga sangat dipengaruhi oleh modal kerja, jam kerja, akses kredit, jumlah tenaga kerja, tanggungan keluarga, jenis barang dagangan (produk) dan faktor lainnya. Pada umumnya masyarakat selalu mencari tingkat pendapatan tinggi untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya, akan tetapi dibatasi oleh beberapa faktor tersebut (Pertiwi, 2015).

Dalam bisnis, pendapatan usaha adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya, kebanyakan dari penjualan produk atau jasa kepada pelanggan. Pendapatan usaha adalah hasil kerja dari suatu usaha yang telah dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu. Pendapatan dibagi dua yaitu pendapatan bersih dan pendapatan kotor. Pendapatan bersih adalah pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi dengan seluruh biaya-biaya yang ditanggung dalam oprasional usaha. Sedangkan pendapatan kotor yaitu pendapatan dari hasil usaha dikurangi dengan harga pokok penjualan. Analisis pendapatan berfungsi untuk mengulur berhasil tidaknya suatu kegiatan usaha, menentukan komponen utama pendapatan dan apakah komponen itu masih dapat ditingkatkan atau tidak (Bastian, 2015).

Sebagaimana pendapat di atas tentang konsep pendapatan, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pendapatan adalah semua keuntungan baik berupa uang atau lainnya yang diperoleh seseorang atau badan usaha atas jasa yang telah dilakukan dalam jangka waktu tertentu.

Banyak hal yang ikut berperan dan berpengaruh terhadap pendapatan usaha dalam kegiatan usahanya ini diantaranya, modal usaha/biaya produksi, lokasi usaha. Semakin besar selisih antara nilai produksi dengan biaya, maka akan memberikan keuntungan semakin besar pula (Bastian, 2015).

Menurut Ginting (2019), peningkatan pendapatan petani atau pengusaha pertanian ditentukan oleh :

- a. Jumlah produksi yang dapat dihasilkan oleh satu orang petani atau perusahaan pertanian.
- b. Harga penjualan produk
- c. Biaya produksi/usahatani atau usaha pertanian.

Pendapatan dapat diketahui dari total penerimaan dikurang total biaya, secara umum Pendapatan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

$\pi$  : Keuntungan Usaha

TR : Penerimaan Total (*total revenue*)

TC : Total biaya (*total cost*)

### 2.2.1 Konsep Penerimaan

Penerimaan merupakan keseluruhan hasil penjualan yang diterima oleh pemilik usaha dari hasil produksinya selama periode tertentu. Menurut Rahardja dalam Nurjannah (2019), penerimaan adalah hasil penerimaan produsen atau pengusaha berupa uang yang dapat diperoleh dari hasil penjualan barang yang diproduksi, sedangkan menurut Sukirno dalam Nurjannah (2019), mengemukakan bahwa penerimaan adalah sejumlah uang yang diterima dari hasil penjualan produksinya kepada pedagang atau langsung kepada konsumen.

Penerimaan adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual dan biasanya produksi berhubungan negatif dengan harga, artinya harga akan turun ketika produksi berlebihan. Semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan maupun semakin tinggi harga per unit produksi yang bersangkutan, maka penerimaan total yang diterima produsen akan semakin besar. Sebaliknya jika produk yang dihasilkan sedikit dan harganya rendah maka penerimaan total yang diterima produsen semakin kecil (Soekartawi dalam Junaidi, 2016). Sedangkan

Menurut Pahan dalam Junaidi (2016), faktor yang sangat penting dalam penerimaan adalah volume penjualan atau produksi dan harga jual.

Menurut Nursalis et al., (2017), penerimaan adalah jumlah hasil produksi dikalikan dengan harga jual, dinyatakan dalam satuan rupiah per satu kali proses produksi; (a) Hasil produksi dihitung dalam satuan buah (b) Harga jual dihitung dalam satuan rupiah/ buah (Rp/buah).

Adapun salah satu konsep penerimaan menurut Rahardja dalam Nurjannah (2019), adalah konsep penerimaan total (TR). Penerimaan total (TR) yaitu penerimaan seluruh produsen dari hasil penjualan barangnya, dengan rumus sebagai berikut:

$$TR = P \cdot Q$$

Keterangan :

P : Harga

Q : Jumlah Produksi (*quantity*)

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa penerimaan tidak lain adalah hasil yang diterima melalui proses produksi dan dinilai dengan uang sebagai hasil penjualan dari barang dan jasa yang dihasilkan.

### **2.2.2 Konsep Biaya Poduksi**

Kegiatan produksi merupakan salah satu proses akhir yang dilakukan oleh perusahaan dalam menghasilkan output berupa barang maupun jasa yang merupakan tujuan dari rencana produksi yang sebelumnya telah ditetapkan. Proses produksi juga merupakan salah satu kegiatan mentransformasikan input menjadi output seperti yang telah diketahui, input merupakan bahan-bahan yang diperlukan dalam kegiatan produksi sedangkan output berupa produk yang bertujuan untuk memenuhi pesanan konsumen (Ileng et al., 2018).

Biaya adalah harga pokok yang telah memberikan manfaat dan telah habis dimanfaatkan. Biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi baik yang berwujud maupun tidak berwujud yang dapat ditukar dalam satuan uang, yang telah terjadi atau akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan harga pokok produksi dan harga jual produksi. Pengertian biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Ileng et al., 2018).

Menurut Sumolang (2019), adapun faktor-faktor yang mempengaruhi produksi sebagai berikut:

#### **1. Modal kerja**

Setiap perusahaan perlu menyediakan modal kerja untuk membelanjai operasi perusahaan dari hari ke hari seperti misalnya untuk memberi uang muka pada pembelian bahan baku atau barang dagangan, membayar upah buruh dan gaji pegawai serta biaya-biaya lainnya. Sejumlah dana yang dikeluarkan untuk membelanjai operasi perusahaan tersebut diharapkan akan kembali lagi masuk dalam perusahaan dalam jangka waktu pendek melalui hasil penjualan barang dagangan atau hasil produksinya. Uang yang masuk yang bersumber dari hasil penjualan barang dagangan tersebut akan dikeluarkan kembali guna membiayai operasi perusahaan selanjutnya. Modal adalah barang atau uang yang bersama-sama atau faktor-faktor

produksi tanah dan tenaga kerja menghasilkan barang-barang baru. Secara umum modal dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

- a) Modal tetap adalah barang-barang yang digunakan dalam proses produksi yang dapat digunakan beberapa kali meskipun akhirnya barang-barang modal ini habis juga, tetapi tidak sama sekali terisap dalam hasil. Contohnya mesin, pabrik dan lain-lain.
- b) Modal bergerak adalah barang-barang yang digunakan dalam proses produksi yang hanya bisa digunakan untuk sekali pakai. Dengan kata lain barang-barang yang digunakan dalam proses produksi, misalnya bahan mentah, kayu bakar, plastik kemasan dan lain-lain.

## 2. Bahan baku

Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian besar produk jadi, bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor atau hasil pengolahan sendiri.

## 3. Tenaga kerja

Tenaga kerja merupakan istilah yang identik dengan istilah personalia, di dalamnya meliputi buruh. Buruh yang dimaksud adalah mereka yang bekerja pada usaha perorangan dan diberikan imbalan kerja secara harian maupun borongan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak, biasanya imbalan kerja tersebut diberikan secara harian. Selain itu juga, pengertian tenaga kerja adalah salah satu moda bagi gerak roda pembangunan. Jumlah dan komposisi tenaga kerja selalu mengalami perubahan seiring dengan berlangsungnya dinamika penduduk. Ketidakseimbangan antara jumlah angkatan dan lowongan kerja yang tersedia menyebabkan timbulnya masalah-masalah sosial.

## 2.3 Harga

Menurut Nurjannah (2019), harga merupakan penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi atau perusahaan. Sedangkan menurut Case and Fair dalam Nurjannah (2019), "Harga adalah jumlah yang dijual oleh suatu produk per unit, dan mencerminkan berapa yang bersedia dibayarkan oleh masyarakat". Harga input, tenaga kerja, tanah, dan modal menentukan berapa banyak biaya pembuatan suatu produk.

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal. Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar antara pembeli dan penjual. Dalam transaksi pembelian, maka kedua belah pihak akan memperoleh suatu imbalan. Besarnya imbalan itu ditentukan oleh perbedaan antara nilai dari sesuatu yang diberikan dengan nilai dari sesuatu yang diterima. Harga merupakan nilai, yang dinyatakan dalam satuan mata uang atau alat tukar, terhadap sesuatu barang tertentu. Dalam kenyataannya besar kecilnya nilai atau harga itu tidak hanya ditentukan oleh faktor fisik saja yang diperhitungkan, akan tetapi faktor-faktor psikologis dan faktor-faktor lain berpengaruh pula terhadap harga. Dengan demikian dapatlah diartikan pula bahwa harga

adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu (Maftuchah, 2016).

## 2.4 Pemasaran

Menurut Yudi (2018), pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh produksi baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Apabila pemasaran melakukan pekerjaan dengan baik untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen, mengembangkan produk dan menetapkan harga yang tepat, mendistribusikan dan mempromosikannya secara efektif, maka akan sangat mudah menjual barang-barang tersebut. Pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaan akan mengetahui adanya cara dan falsafah yang terlibat didalamnya. Konsep pemasaran tersebut diketahui dengan menggunakan tiga faktor dasar yaitu:

1. Saluran perencanaan dan kegiatan perusahaan harus berorientasi pada konsumen/pasar.
2. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya volume untuk kepentingan volume itu sendiri.
3. Seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikoordinasikan dan diintegrasikan secara organisasi.

Pemasaran memfasilitasi proses pertukaran dan pengembangan hubungan dengan konsumen dengan cara mengamati secara cermat kebutuhan dan keinginan konsumen yang dilanjutkan dengan mengembangkan suatu produk (*product*) yang memuaskan kebutuhan konsumen dan menawarkan produk tersebut pada harga (*price*) tertentu serta mendistribusikannya agar tersedia ditempat-tempat (*place*) yang menjadi pasar bagi produk bersangkutan. Untuk itu perlu dilaksanakan suatu program promosi (*promotion*) atau komunikasi guna menciptakan kesadaran dan ketertarikan konsumen kepada produk tersebut. Proses ini disebut dengan marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri atas elemen-elemen, yaitu *product, price, place, (distribution) dan promotion* (Silmi, 2013).

## 2.5 Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha

Covid-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernapasan akut *coronavirus 2 (severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* atau *SARS-CoV-2*). Virus ini merupakan keluarga besar *Coronavirus* yang dapat menyerang hewan. Ketika menyerang manusia, *Coronavirus* biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan, seperti flu, MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*), dan SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*). Covid -19 sendiri merupakan *coronavirus* jenis baru yang ditemukan di Wuhan, Hubei, China pada tahun 2019. Karena itu, *Coronavirus* jenis baru ini diberi nama *Coronavirus disease-2019* yang disingkat menjadi Covid-19. Covid-19 sejak ditemukan menyebar secara luas hingga mengakibatkan pandemi global yang berlangsung sampai saat ini (Johns Hopkins CSSE dalam Amri, 2020).

Pandemi Covid-19 telah menimbulkan *economic shock*, yang mempengaruhi ekonomi secara perorangan, rumah tangga, perusahaan mikro, kecil, menengah maupun besar, bahkan mempengaruhi ekonomi negara dengan skala cakupan dari lokal, nasional, dan bahkan global. Indonesia diumumkan terdampak pandemi Covid-19 oleh Presiden Joko Widodo tanggal 2

Maret 2020, sekaligus menyebutnya sebagai bencana (*disaster*). Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) secara khusus menyebut pandemi Covid-19 sebagai bencana non alam (*non natural disaster*) dengan skala cakupan nasional (Taufik dan Ayuningtyas, 2020).

Pandemi Covid-19 sebagai salah satu kejadian yang keberadaannya berada di lingkungan eksternal (*external environment*) relatif tidak terkontrol (*uncontrollable*) atau diluar kendali perusahaan. Berdasarkan data sekunder yang diperoleh dalam kurun waktu penelitian terlihat bahwa Covid-19 berdampak pada lingkungan internal (*internal environment*) entitas bisnis. Pandemi Covid-19 berdampak pada pola kebiasaan aktivitas bisnis secara konvensional dalam bidang pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan operasional. Sebagian perusahaan yang memperhatikan trend pasar dan inovasi produk berupaya menyesuaikan dengan aplikasi online (Taufik dan Ayuningtyas, 2020).

Pencegahan penyebaran Covid-19, yang disertai dengan kebijakan Pemerintah Daerah yang memberlakukan *work from home* (WFH), *social distance* dan *physical distance* serta Penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) berdasarkan data yang ada menunjukkan adanya pengurangan beberapa aktivitas bisnis seperti pada pusat-pusat perdagangan, kegiatan perdagangan sektor mikro, kecil dan menengah (UMKM), kegiatan pendidikan, pariwisata, perhotelan, transportasi dan beragam aktivitas bisnis lainnya, Berdasarkan kasus yang terjadi, terdapat beberapa bidang kegiatan yang terdampak oleh pandemi Covid-19 salah satunya perdagangan (Taufik dan Ayuningtyas, 2020).

Virus Corona yang semakin menyebar di Indonesia, beberapa kebijakan yang ditetapkan oleh Pemerintah di Indonesia memberikan dampak pada beberapa sektor di Indonesia, salah satunya yaitu pada sektor ekonomi (Putri et al., 2020). Di sisi lain, ekonomi merupakan salah satu faktor penting dalam kehidupan, sebagaimana diketahui bahwa seseorang akan bersinggungan secara langsung dengan kebutuhan ekonomi dalam menjalankan kehidupan (Hanoatubu dalam Putri et al., 2020). Secara umum, pandemi Covid-19 juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia, di mana yang semula sebesar 5,3%, oleh sebagian kalangan memprediksi pertumbuhan ekonomi di Indonesia kini mencapai 2% (Hadiwardoyo dalam Putri et al., 2020).

Konsekuensi dari himbauan penutupan pusat perbelanjaan dan *social distance* adalah berkurangnya jumlah toko atau outlet yang dibuka, jam buka *took/outlet* serta jumlah konsumen yang berkunjung. Hal ini berdampak pada tiga sisi, yaitu pertama bagi pelaku usaha perdagangan (termasuk usaha mikro dan kecil), kedua, konsumen, dan ketiga pemilik properti seperti pemilik pertokoan/mall/plaza (Taufik dan Ayuningtyas, 2020).

Banyak pelaku UMKM meliburkan karyawannya bahkan menutup sementara usahanya. Salah satu penyebabnya adalah penurunan omzet penjualan. *Work from home* atau dikenal dengan singkatan WFH juga berpengaruh terhadap penurunan omzet. Pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan yang drastis akibat penerapan *physical distancing* dan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pembatasan aktifitas masyarakat berpengaruh pada aktifitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian (Rosita, 2020).

Berdasarkan data dari kementerian koperasi yang menggambarkan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemi virus corona (Covid-19). Kebanyakan koperasi yang terkena dampak pandemi Covid-19

bergerak pada bidang kebutuhan sehari-hari, sedangkan sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman (Amri, 2020).

Kementerian Koperasi dan UMKM mengatakan bahwa koperasi yang bergerak pada bidang jasa dan produksi juga paling terdampak pada pandemi Covid-19. Para pengelola koperasi merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal, dan terhambatnya distribusi. Sementara itu sektor UMKM yang terguncang selama pandemi Covid-19 selain daripada makanan dan minuman, juga adalah industri kreatif dan pertanian (Amri, 2020).

Namun disisi lain, pandemi Covid-19 juga memberikan dampak positif juga bagi perekonomian dalam negeri. Salah satunya adalah peluang untuk memperkuat perekonomian bagi pelaku usaha karena pemerintah membatasi barang yang masuk kedalam negeri dengan berbagai syarat dan akan lebih memprioritaskan dan memperkuat daya beli dalam negeri. Sehingga pelaku bisnis dapat mengambil kesempatan ini untuk mengoptimalkan proses penjualan agar memperoleh pemasukan untuk keberlanjutan usahanya.

Meskipun pandemi Covid-19 memunculkan beberapa masalah bagi pelaku UMKM dan koperasi, di sisi lain ada kesempatan yang juga muncul. Pelaku UMKM dan koperasi bisa memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi mengingat perdagangan elektronik pada 2020 mencapai US\$ 130 miliar. Transaksi perdagangan drastis elektronik meningkat selama pandemi Covid-19. Produk yang penjualannya mengalami peningkatan, antara lain produk kesehatan meningkat 90%, produk penunjang hobi naik 70%, makanan naik 350%, dan makanan herbal naik 200% (Amri, 2020).

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Dalam menunjang penelitian ini, perlu adanya penelitian terdahulu sebagai acuan bagi peneliti dalam mengerjakan penelitiannya yang dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

**Tabel 3. Penelitian Terdahulu**

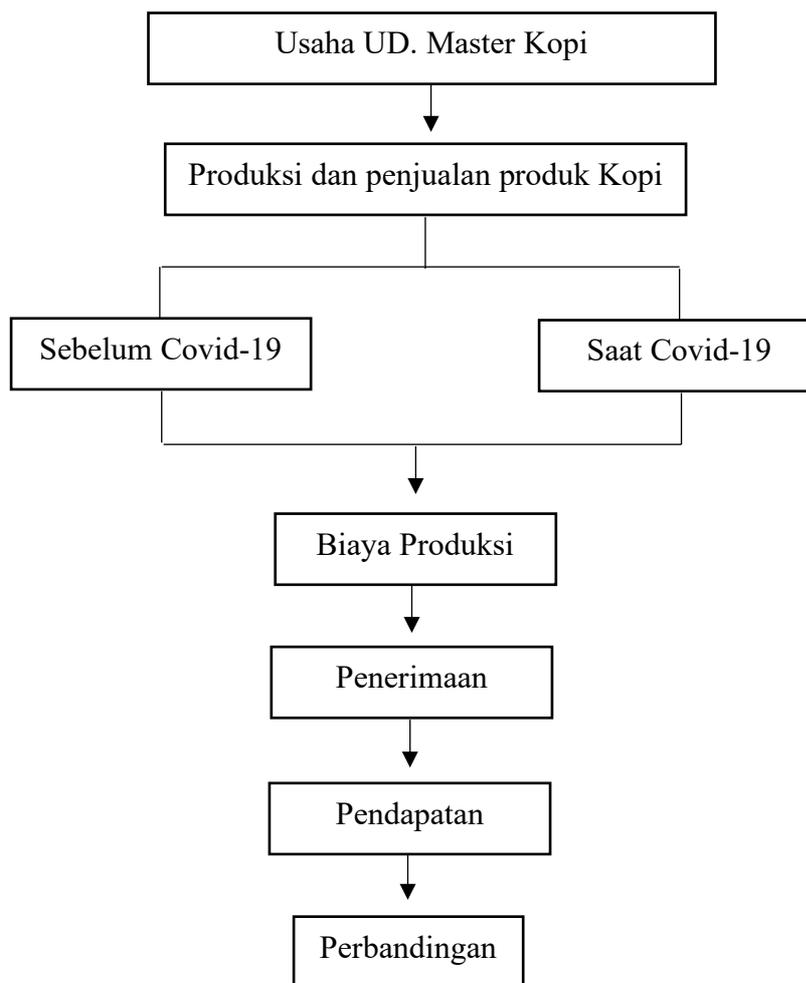
Penulis, Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
Rizky Azhar, 2021	Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Buah Jeruk Manis di Pasar Tradisional Simpang Limun Medan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk menganalisis tingkat pendapatan penjualan buah jeruk di Pasar Tradisional Simpang Limun Kota Medan selama masa pandemi Covid 19.</li> <li>2. Untuk mengidentifikasi serta menjelaskan dampak sosial dan ekonomi akibat covid 19 terhadap pedagang buah jeruk.</li> </ol>	Analisis Pendapatan, Uji Statistik menggunakan Uji-t berpasangan (paired t- test).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendapatan pedagang buah jeruk di pasar tradisional simpang limun kota medan selama masa pandemi sebesar Rp. 4.389.648 untuk pedagang yang menggunakan mobil pickup dengan menjual 310 Kg jeruk manis. Dan untuk penjual yang berjualan dengan membayar sewa tempat/lapak pendapatan perbulan sebesar Rp 4.113.356 dengan menjual 169 Kg Jeruk Manis,</li> <li>2. Pendapatan buah jeruk manis di pasar tradisional simpang limun kota medan, menunjukkan nilai Sig. (2-tailed) &lt;0.05 yaitu 0.00 maka terdapat perbedaan yang signifikan (nyata) antara data sebelum dan selama masa pandemi covid-19.</li> </ol>

Triana Nurhayati, 2011	Analisis Perbedaan Pendapatan Usaha Mikro Sebelum Dan Sesudah Menerima Bantuan Kredit Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Perdesaan	Untuk menganalisis perbedaan pendapatan usaha mikro di Kecamatan Polokarto sebelum dan sesudah mendapat bantuan kredit PNPM Mandiri pedesaan	Uji Statistik menggunakan Paired sampel T-tes (Uji-t)	Terdapat perbedaan yang signifikan pada tingkat pendapatan pelaku usaha mikro warung kelontong penerima bantuan kredit sebelum dan sesudah mendapatkan bantuan kredit. Dari hasil penelitian ini dengan 57 responden, untuk tahun 2007 - 2009 sesudah menerima bantuan kredit, terjadi kenaikan pendapatan dengan rata-rata kenaikan Rp 28.339,- untuk tahun 2007, Rp 102.582,- untuk tahun 2008 dan Rp 100.358,- di tahun 2009. Kenaikan paling tinggi yakni untuk pemberian bantuan kredit Rp 3.000.001 - Rp 4.000.000,- yakni pada tahun 2007 dengan kenaikan Rp 159.400,-, tahun 2008 kenaikan pendapatan sebesar Rp 199.900,- dan tahun 2009 sebesar Rp 320.850,-.
Claudya Levirisna Panjaitan, Theodora Katiandagho, dan Lyndon Pangemanan, 2021	Analisis Pendapatan Pedagang Sayur Sebelum dan Selama Masa Pandemi Covid-19 di Pasar Lakessi Kota Parepare Sulawesi Selatan	1. Mendeskripsikan bagaimana kondisi dan keadaan pasar Lakessi selama masa pandemi Covid-19. 2. Mendeskripsikan apakah ada perbedaan pendapatan pedagang sayur di pasar Lakessi sebelum dan selama masa pandemi Covid-19.	Analisis pendapatan	1. Keadaan pasar Lakessi selama adanya pandemi Covid-19 membuat pembeli menjadi jauh berkurang sehingga membuat keadaan pasar menjadi sepi dari pembeli. 2. Pendapatan yang diperoleh oleh responden tergolong bervariasi mulai dari paling rendah Rp. 17.143 sampai pada paling tinggi yaitu Rp. 1.072.000.

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Keberhasilan suatu usaha bisnis dapat dilihat dari pendapatan yang diperoleh, pendapatan diartikan sebagai selisih antara penerimaan total dan total biaya yang dikeluarkan. Pendapatan usaha produk kopi di UD. Master Kopi dapat diketahui dengan menghitung total biaya yang dikeluarkan serta penerimaan total yang diperoleh. Total biaya yang dimaksud adalah total biaya produksi yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel yang dikeluarkan oleh Usaha kopi UD. Master Kopi untuk menghasilkan sejumlah produk dalam satuan periode tertentu dan penerimaan total yang dimaksud adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk kopi di Usaha UD. Master Kopi.

Penerimaan total diperoleh dari harga dikalikan dengan jumlah produksi, setelah memperoleh penerimaan total kemudian dikurangkan dengan biaya total. Dimana biaya total diperoleh dari biaya tetap ditambahkan dengan biaya variabel. Hasil pengurangan tersebut memperoleh pendapatan dari Usaha kopi UD. Master Kopi sehingga dapat dilihat pendapatan yang diperoleh dalam satuan periode tertentu sebelum maupun saat pandemi Covid-19. Dan selanjutnya hasil pendapatan tersebut menunjukkan seberapa jauh perbandingan tingkat pendapatan sebelum dan saat pandemi Covid-19. Adapun kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran.**