

ELASTISITAS PENAWARAN KOPI DI WARUNG KOPI KOTA BANDA ACEH

Nurkamariah^{1*}, Raja Masbar²

- 1) Ekonomi pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh,
Email : nurkamariah52@gmail.com
- 1) Ekonomi pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh,
Email : raja.masbar53@yahoo.com

Abstract

This study aims to analyze the elasticity of coffee supply in the Banda Aceh coffee shop. The data used in this study are primary data with a total of 42 coffee shops. This study uses descriptive analysis, this analysis is done using primary data by means of data inputted using Microsoft office excel. This study uses an analytical tool in the form of a 10.0 shazam program. The results in this study are the prices of favorable and significant prices in the city of Banda Aceh. Whereas the location has no effect because it is not significant to the coffee offerings sold in the city of Banda Aceh. While positive and significant technology for coffee offerings are sold in the city of Banda Aceh. Bid elasticity is inelastic with a log value of 0.40671. There are still many coffee shops in Banda Aceh that are not yet official in the Investment and Integrated Services Office of One Door in Banda Aceh.

Keywords: supply elasticity, price, location, technology, coffee shop

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis elastisitas penawaran kopi di warung kopi Kota Banda Aceh. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan jumlah responden sebanyak 42 warung kopi. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, analisis ini dilakukan dengan menggunakan data primer dengan cara data diinput menggunakan Microsoft office excel. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa program shazam 10.0. Hasil dalam penelitian ini adalah harga terhadap penawaran jumlah kopi yang terjual berpengaruh secara positif dan signifikan di Kota Banda Aceh. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh karena tidak signifikan terhadap penawaran jumlah kopi yang terjual di warung kopi Kota Banda Aceh. Sedangkan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penawaran jumlah kopi yang terjual di warung kopi Kota Banda Aceh. Elastisitas penawaran bersifat inelastis dengan nilai log harga sebesar 0.40671. Masih banyak terdapat warung kopi di Banda Aceh yang belum terdaftar secara resmi di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Banda Aceh.

Kata Kunci: Elastisitas Penawaran, Harga, Lokasi, Teknologi, Warung Kopi

PENDAHULUAN

Kopi berawal dari Afrika di pergunungan area Etopia. Kopi diketahui dunia sesudah tanaman tersebut disebarkan dengan luas daerah Etopia seperti daerah Yaman pada pihak Selatan Arab lewat para saudagar Arab, tumbuhan perkebunan sudah lama dibudidayakan dan

mempunyai ukuran ekonomis yang tinggi, konsumsi kopi di dunia mencapai 70 persen yaitu dari kopi arabika dan 26 persen dari kopi robusta (Rahardjo, 2012).

Indonesia merupakan negara yang dilalui garis khatulistiwa dengan musim dan cuaca yang relatif stabil, dan memiliki tanah yang cukup subur sehingga Indonesia terdiri dari banyak pulau, yang mana terdapat berbagai varian kopi dengan berbagai rasanya dan aroma (Rukmana, 2014). Aceh memiliki dua daerah penghasil kopi terbesar yaitu Kabupaten Aceh Tengah Dan Bener Meriah. Kedua daerah tersebut menjadikan kopi sebagai prioritas utama untuk meningkatkan produksi serta kualitas dalam pembangunan perkebunan untuk masa depan (Fahmi dkk, 2013). Badan Pusat Statistik (2014), produksi kopi di Kabupaten Aceh Tengah mencapai 27.079 ton dengan luas lahan tanam sebesar 48.300 ha.

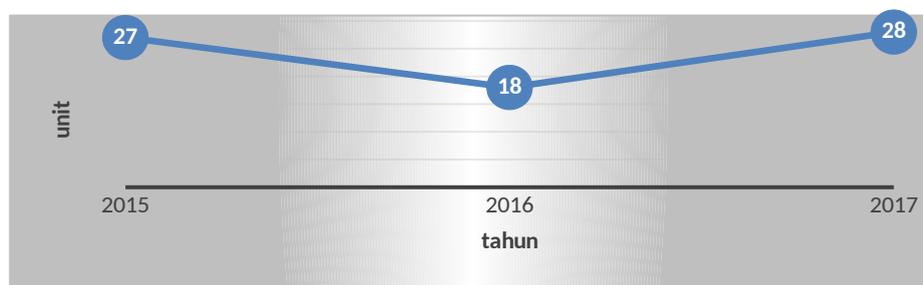
Tabel 1.1 menampilkan jumlah warung kopi tradisional dan warung kopi modern, lebih jelasnya dapat dilihat lampiran 2.

Tabel 1.1
Jumlah Warung Kopi Tradisional Dan Modern Di Kota
Banda Aceh 2015 - 2017

Nomor	Tahun	Modern	Tradisional
1	2015	12	15
2	2016	10	8
3	2017	13	15
TOTAL		35	38

Sumber: Data Diolah, Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan terpadu Satu Pintu kota Banda Aceh (2018)

Dari Tabel 1.1 menyatakan bahwa berbagai warung kopi tradisional dan modern membuktikan adanya persaingan usaha warung kopi di Kota Banda Aceh semakin kuat. Seiring berjalannya waktu, hal utama yang harus diprioritaskan oleh pemilik warung kopi terhadap konsumen adalah jenis kopi yang ditawarkan, sehingga setiap usaha warung kopi mampu bersaing dan dapat menguasai pasar. Keputusan konsumen dilihat dari kinerja warung kopi baik dalam hal mutu produk dan layanan, kepuasan konsumen sangat tergantung kepada mutu dan kualitas produk yang meliputi barang dan jasa terutama warung kopi tradisional (Supranto, 2006). Penjual minuman kopi di warung kopi Banda Aceh sangat mengutamakan keinginan pembeli, sehingga usaha warung kopi mengalami persaingan yang ketat, berikut merupakan jumlah warung kopi yang terdaftar di surat izin tempat usaha (SITU).



Sumber: Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Banda Aceh Bidang Usaha Warung Kopi (2018)

Gambar 1.1 Surat izin tempat usaha (SITU)
Warung kopi di kota Banda Aceh tahun 2015-2017

Dari Gambar 1.1 menyatakan bahwa pada tahun 2016 terjadinya penurunan warung kopi, dari tahun sebelumnya mencapai 27 menjadi 18 warung kopi yang terdaftar. Hal ini disebabkan oleh masa berlaku izin usaha warung kopi selama setahun, dan harus diperbaharui pada tahun berikutnya. Namun pada tahun 2017 warung kopi mulai meningkat kembali berjumlah 28 warung kopi di Banda Aceh.

TINJAUAN PUSTAKA

Penawaran

Pengertian penawaran dalam kajian ekonomi adalah total keseluruhan barang dan jasa yang ditawarkan pada tingkat harga yang beragam yang terjual dipasar dalam sewaktu waktu. Dapat disimpulkan bahwa semua jumlah barang dan jasa yang ditawarkan, dari definisi diatas terbagi 2 variabel ekonomi ialah jumlah barang dan jasa yang ditawarkan atau dijual pada tingkat harga barang dan jasa itu sendiri.

Elastisitas penawaran

Elastisitas penawaran mengukur seberapa banyak penawaran untuk barang dan jasa maka akan terjadi perubahan ketika harga berubah. Harga dari elastisitas ditampilkan dalam bentuk presentase, suatu perubahan kuantitas sebagai suatu akibat dari presentase perubahan harga (sukirno, 2010).

Harga

harga pokok yang ditentukan oleh biaya yang harus dikeluarkan untuk setiap hari makan ketidakpastian penentu biaya harga makan pokok menjadi masalah. Adapun dua jenis biaya penentuan harga pokok ialah biaya produksi dan biaya non produksi. Untuk menentukan harga pokok barang perlu dilihat biaya apa yang ada pada harga pokok, dan juga unsur biaya dialokasikan dengan tepat yang mampu menunjukkan sebagai sumber ekonomi yang sesungguhnya (slat, 2013).

Lokasi

Tersedianya lokasi yang strategis menjadikan akses dengan cepat, sehingga menjadikan sejumlah konsumen akan dengan mudah untuk membeli barang yang mereka inginkan (Handoko, 2000). Penentuan pembeli akan berbelanja ditentukan oleh faktor lokasi, yang mana lokasi penjuala menjadi bagian penting dalam tata cara mengembangkan usaha (Tjiptono, 2002: 41-43).

Teknologi

Teknologi membuktikan bentuk dari kecerdasan pikiran seseorang manusia (Toynbee, 2004). Proses meningkat nilai tambah proses tersebut menggunakan atau menghasilkan suatu produk, secara tidak terpisah dengan interaksi masyarakat terhadap teknologi (Miarso, 2007).

METODELOGI PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang Lingkup dalam penelitian ini adalah Masyarakat Banda Aceh, penelitian ini ialah konsentrasi pertanian dengan kajian elastisitas penawaran kopi di warung kopi Kota Banda Aceh. variabel terikat dari penelitian ini ialah jumlah kopi yang terjual di warung kopi Kota Banda Aceh dan variabel bebas nya harga, lokasi, teknologi.

Sumber dan Jenis Data

Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh dengan melakukan survey langsung ke lapangan.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dalam beberapa tahap yaitu: Observasi, wawancara dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah warung kopi yang terdaftar dalam perizinan usaha di kawasan Kota Banda Aceh. Adapun kota banda aceh terdiri dari 9 kecamatan: baiturrahman, banda raya, jaya baru, kuta alam, kuta raja, lueng bata, meuraxa, syiah kuala dan ulee kareng. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 73 warung kopi. Adapun yang menjadi sampel penelitian meliputi pengelola warung kopi tersebut ditetapkan sebanyak 43 responden. Teknik pengambilan sampel penelitian ini yaitu purpose random sampling (pengambilan sampel secara acak) dari seluruh usaha warung kopi yang di ambil dari Sembilan di kecamatan Kota Banda Aceh.

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Metode data primer dengan jumlah responden sebanyak 42 warung kopi. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, analisis ini dilakukan dengan menggunakan data primer dengan cara data diinput menggunakan Microsoft office excel. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa lunak shazam 10.0.

Metode Analisis Data

Model analisis dalam penelitian ini untuk melihat pengaruh antar variabel independen dan dependen. Transformasi rumusan masalah regresi berganda menjadi seperti berikut:

$$JKT = \beta_0 + \beta_1 H + \beta_2 Lo + \beta_3 Tek + \mu \dots \dots \dots \quad (3.2)$$

Dimana :

- JKT = Jumlah Kopi Yang Terjual
- β_0 = Intersep
- $\beta_1 - \beta_6$ = Koefisien Regresi
- H = Harga Kopi
- Lo = Lokasi Warung Kopi
- Dummy Berbasis Teknologi
- Tek = Teknologi
- D = 1 (modern)
- D = 0 (tradisional)
- μ = Error/Kesalahan Pengganggu

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan 3 model, pada model pertama dan kedua menyakinkan bahwa faktor harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah kopi terjual di warung kopi Kota Banda Aceh. namun pada model ketiga harga tidak signifikan disebabkan oleh variabel lokasi dan teknologi.

- **Model 1**

Pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan, artinya ialah bahwa variabel harga memiliki peranan yang bersifat positif terhadap jumlah kopi

yang terjual di warung kopi Kota Banda Aceh. Harga salah satu faktor penting agar memenangkan suatu persaingan dalam memasarkan produknya

Tabel 4.1
Hasil Regresi Estimasi regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Estimasi	Std. Error	T-Ratio	P-value
Harga	0.17848	7.92E-02	2.253	0.03
CONSTANT	229.32	875.4	0.262	0.795
R ²	0.1126	Sampel (N)		42
Adj. R ²	0.0904			
D-W				
Variabel Terikat: Jkt (Jumlah Kopi Terjual)				
LJKT = Log (JKT)				
H				

Sumber : Data Lapangan, 2018 (diolah)

- **Model II**

Tabel 4.2
Hasil Regresi Estimasi regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Estimasi	Std. Error	T-Ratio	P-value
Log Harga	0.40671	0.1183	3.437	0.001
CONSTANT	3.5443	1.054	3.363	0.002
R ²		0.2279	Sampel (N)	42
Adj. R ²		0.2086		
D-W				
LJKT = LOG (JKT)				
LH = LOG (H)				

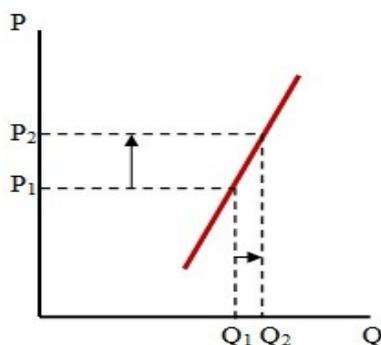
Sumber : Data Lapangan, 2018 (diolah)

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 3.5443 artinya bahwa variabel harga yang telah di log, tetap bersifat positif dan signifikan dengan koefisien harga log sebesar 0.40671 yaitu bersifat (inelastis) dengan p-value $0.001 < 0.05$ oleh karena itu variabel harga berpengaruh terhadap jumlah kopi yang terjual di warung kopi Kota Banda Aceh, dimana memiliki penawaran yang baik pada setiap warung kopi, dan terdapat persaingan antar penjual kopi.

Fungsi penawaran adalah sebagai berikut:

$$\text{Log jkt} = 3.6443 + 0.40671 \log P$$

Harga dikatakan elastisitas penawaran dapat dikatakan inelastis karena presentase perubahan jumlah barang yang ditawarkan, sedangkan kenaikan harga sebuah harga barang akan menyebabkan perubahan terhadap jumlah penawaran. Inelastisitas penawaran terjadi saat persentase perubahan harga barang yang besar namun berdampak kecil terhadap jumlah kopi yang ditawarkan.



Gambar 4.1 Kurva inelastis $E < 1$

- **Model 3 (semua variabel)**

Koefisien lokasi sebesar 0.11350 dengan arti setiap meningkatnya lokasi, maka akan meningkat pula penawaran kopi sebesar 0.11 persen asumsi *ceteris paribus*. variabel lokasi tidak berpengaruh karena tidak signifikan terhadap penawaran kopi dengan nilai p-value $0,511 > 0,05$. Untuk mengetahui besarnya faktor harga, lokasi dan teknologi maka mampu diteliti dengan menggunakan shazam. Berdasarkan model analisis tersebut diperoleh hasil hitungan seperti pada tabel 4.5 berikut. Nilai konstanta sebesar 6.0636 artinya jika variabel harga, lokasi dan teknologi diasumsikan tetap, maka variabel penawaran kopi akan meningkat sebesar 6.0636 dengan asumsikan *ceteris paribus*. koefisien harga sebesar $0.32395E-04$ dengan arti setiap meningkatnya harga, maka mengakibatkan peningkatan penawaran kopi sebesar 0.00032 persen asumsi *ceteris paribus*. variabel harga bernilai positif terhadap penawaran kopi tetapi tidak signifikan dikarenakan nilai p-value $0,0.111 > 0,05$.

Tabel 4.5. Hasil Regresi Estimasi Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Estimasi	Std. Error	T-Ratio	P-value
Harga	3.24E-05	1.98E-05	1.634	0.111
Lokasi	0.1135	0.1711	0.6634	0.511
Teknologi	0.57443	0.2417	2.376	0.023
CONSTANT	6.0636	0.7467	8.121	0
R ²		0.4632	Sampel (N)	42
Adj. R ²		0.4208		
D-W				
LJKT = LOG (JKT)				

H
L
T

Sumber : Data Lapangan, 2018 (diolah)

Koefisien lokasi sebesar 0.11350 dengan arti setiap meningkatnya lokasi, maka akan meningkat pula penawaran kopi sebesar 0.11 persen asumsi *ceteris paribus*. variabel lokasi tidak berpengaruh karena tidak signifikan terhadap penawaran kopi dengan nilai p-value $0,511 > 0,05$.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil pembahasan dan penelitian yang telah dijelaskan terkait dengan elastisitas penawaran kopi di warung kopi kota banda , mak dari itu penelitian ini mempunyai beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Elastisitas penawaran berkaitan dengan jenis barang yang inelastis, dilihat dari elastisitas presentase perubahan harga dan presentase perubahan penawaran. Elastisitas penawaran bersifat inelastis yang bermakna presentase perubahan harga yang besar namun berdampak kecil terhadap jumlah kopi yang ditawarkan.
2. Dari hasil wawancara responden bahwa warung kopi terbanyak yang terjual jumlah kopi perminggu tertinggi sebanyak 21000 pergelas kopi, hingga terkecil dengan jumlah 350 pergelas kopi setiap minggunya.
3. Lokasi tidak memiliki hubungan terhadap jumlah kopi terjual per-minggu karena tidak signifikan terhadap penawaran kopi dengan nilai p-value $0.511 > 0.05$
4. Teknologi 0.57 443 dengan arti setiap teknologi yang digunakan di warung kopi kota Banda Aceh berpengaruh positif terhadap penawaran jumlah kopi terjual dengan nilai p-value $0.023 < 0,05$.
5. Lokasi harus dipertimbangkan dalam suatu usaha walaupun hasil dari penelitian menyatakan lokasi tidak terlalu penting.

Saran

Dari kesimpulan diatas, penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi

1. Kepada Peneliti bisa menjadi saranan dan referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya untuk melihat sisi demand (konsumen)
3. Masih banyak terdapat warung kopi di Banda Aceh yang belum terdaftar secara resmi di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Banda Aceh.
4. kepada pemerintah Aceh, khususnya untuk pemerintah kota Banda Aceh agar lebih maksimal mendata secara keseluruhan setiap usaha warung kopi yang tumbuh di Kota Banda Aceh.
5. Kepada seluruh warung kopi yang ada di Kota Banda Aceh agar tidak meningkatkan harga terlalu tinggi sehingga tidak menyulitkan konsumen.
6. Kepada seluruh warung kopi khususnya warung kopi tradisional untuk meningkatkan teknologi dan memperbaiki dekorasi agar dapat bersaing dengan warung kopi modern

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, M., Baihaqi, A., & Irwarn, A. (2014). Analisis Strategi Pemasaran Kopi Arabika Bergendaal Kofee. **Jurnal Agrisel, Vol 14. No. 1, November 2013.**
- Hanafie, R. (2010). **Pengantar Ekonomi Pertanian** . Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Handoko, T. H. (2000). **Dasar-Dasar Manajemen Propduksi Dan Operasi.** Yogyakarta: Bpfe.
- Rukmana, H. Rahmat. 2014. **Untung Selangit dari Aribisnis Kopi.** Yogyakarta: Lily Publisher.
- Said, I. (2017). Warung Kopi Dan Gaya Hidup Modern. **Jurnal Al-Khitabah, Vol. 1**
- Sukirno, S. (2012). **Mikroekonomi Teori Pengantar.** Edisi Ketiga. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.