

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERMINTAAN KOPI ACEH (KOPI GAYO) DARI
AMERIKA SERIKAT**



Disusun Oleh:

**MUHAMMAD MUFTI
NIM. 150604085**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022M/1443H**

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERMINTAAN KOPI ACEH (KOPI GAYO) DARI
AMERIKA SERIKAT**



Disusun Oleh:

**MUHAMMAD MUFTI
NIM. 150604085**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022M/1443H**



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
BANDA ACEH**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Situs : www.uin-arraniry-web.id/fakultas-ekonomi-dan-bisnis

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Muhammad Mufti
NIM : 150604085
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya :

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.



Banda Aceh, 23 Juli 2022

Yang Menyatakan

Muhammad Mufti

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ilmu Ekonomi

Dengan Judul:

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kopi
Aceh (Kopi Gayo) Dari Amerika Serikat**

Disusun Oleh :

Muhammad Mufti
NIM. 150604085

Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi
pada program studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,



Dr. Idaryani, SE., M.Si
NIDN. 0105057503

Pembimbing II,



Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si
NIP. 19720428 199903 1 005

AR RANIRY
Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi,



Cut Dian Fitri, SE., M.Si., Ak., CA
NIP. 198307092014032002

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kopi Aceh (Kopi Gayo) Dari Amerika Serikat

Muhammad Mufti

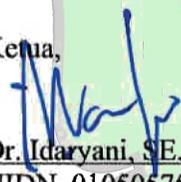
NIM. 150604085

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata 1 (S-1) dalam bidang Ilmu Ekonomi

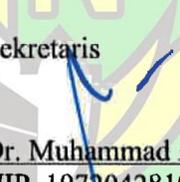
Pada hari / Tanggal: Rabu, 23 Juli 2022
24 Dzulhijjah 1444H

Banda Aceh
Tim Penilai Hasil Sidang Skripsi

Ketua,


Dr. Idaryani, SE., M.Si
NIDN. 0105057503

Sekretaris


Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si
NIP. 197204281999031005

Penguji I


Dr. Maimun, SE.Ak., M.Si
NIP. 197009171997031002

Penguji II


Cut Elfida, S.H., MA
NIDN. 2012128901

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh


Dr. Hafas Furgani, M.Ec

NIP. 1980062520090110091



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web : www.library.ar-raniry.ac.id, Email : library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Mufti
NIM : 150604085
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Illmu Ekonomi
E-mail : 150604085@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Kku Skripsi

yang berjudul:

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kopi Aceh (Kopi Gayo) Dari Amerika Serikat

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

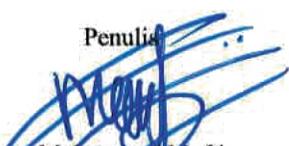
Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 23 Juli 2022

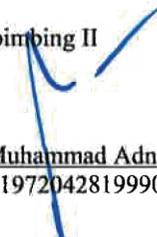
Penulis


Muhammad Mufti
NIM. 150604085

Mengetahui,
Pembimbing I


Dr. Idaryani, SE., M.Si
NIDN. 0105057503

Pembimbing II


Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si
NIP. 197204281999031005

KATA PENGANTAR



Segala Puji dan syukur bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam. dengan rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul penelitian “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kopi Aceh (Kopi Gayo) Dari Amerika Serikat**”.

Skripsi ini disusun dengan maksud guna memenuhi persyaratan untuk gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ilmu Ekonomi pada Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka penyelesaian penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang terhormat :

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Cut Dian Fitri, SE., M.SI., Ak., CA. selaku Ketua program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry.
3. Hafizh Maulana SP., S.HI., ME selaku ketua laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan arahan dalam menulis skripsi ini.

4. Ana Fitria, SE., M.Sc. Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah membantu penulis dalam proses adminitrasi baik itu untuk seminar dan sidang.
5. Dr. Idaryani, SE., M.Si sebagai Dosen Pembimbing I dan Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si sebagai Dosen Pembimbing II yang telah menyumbangkan dan meluangkan waktu untuk memberikan arahan, bimbingan, masukan serta saran kepada penulis dalam penulisan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan sesuai pedoman skripsi yang ada.
6. Dr. Maimun, SE.Ak., M.Si selaku Penguji I dan Cut Elfida, S.HI., MA selaku Penguji II yang telah menguji pelaksanaan Sidang Munaqasyah Skripsi berikut dan telah memberikan koreksi dan masukan yang bermakna bagi penyempurnaan penulisan skripsi ini.
7. Fahmi Yunus, SE., M.S selaku Penasehat Akademik (PA) Pertama saya yang telah memberi saran dan nasehat kepada saya dalam mengikuti program perkuliahan.
8. Evri Yenni, S.E., M.Si selaku Penasehat Akademik (PA) Kedua saya yang telah memberi saran dan nasehat kepada penulis dalam menentukan judul dan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

10. Terima kasih kepada Kepala Bidang serta staf pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Aceh yang telah memberikan bantuan data penelitian kepada penulis demi suksesnya penelitian skripsi ini.
11. Terima kasih kepada Nizamuddin (Abu) dan Siti Fauziah (Mak) tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, waktu dan do'a serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga.
12. Terimakasih juga penulis ucapkan kepada Rizqan Hasana dan Achmad Ziadi selaku abang dan adik kandung penulis yang telah memberikan semangat dan dukungan moril kepada penulis.
13. Kepada teman-teman, Abbe, Fachri, Nizham, Rudi, Yusuf, Febby, Luthfi, Risky yang telah memberikan motivasi dan support dari kalian semua. Terima kasih untuk waktu, pikiran, dan tenaga yang telah diberikan sehingga penulis semangat dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
14. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan pada masa bakti KPM yang telah mendukung dan memberikan semangat dalam pembuatan skripsi ini.
15. Terimakasih kepada Abbe Aulia yang telah menemani dan mengajarkan pemahaman penulisan skripsi baik di Kampus maupun di luar Kampus.

16. Teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Ekonomi 2015 yang telah memberikan sumbangan pikiran dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
17. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulis ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran atau ide yang bersifat membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan umumnya dan yang terkait khususnya.

Banda Aceh, 23 Juli 2022

Penulis

Muhammad Mufti

AR - RANIRY

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor:0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	t
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

TandadanHuruf	Nama	GabunganHuruf
◌َ ي	<i>Fathahdanya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fathahdanwau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaiifa*

هول : *hauula*

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اَ / َ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yau</i>	Ā
اِ / ِ	<i>Kasrah</i> dan <i>yau</i>	Ī
اُ / ُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta Marbutoh (ة)

Transliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

- Ta marbutoh (ة) hidup
Ta marbutoh (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- Ta marbutoh (ة) mati
Ta marbutoh (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutoh (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-MadīnatulMunawwarah*

طَلْحَةَ : *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Muhammad Mufti
NIM : 150604085
Fakultas/Program Studi: Ekonomi dan Bisnis Islam/Illmu Ekonomi
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kopi Aceh (Kopi Gayo) Dari Amerika Serikat Pengangguran di Kota Banda Aceh.
Pembimbing I : Dr. Idaryani, SE., M.Si
Pembimbing II : Dr. Muhammad Adnan SE., M.Si

Permintaan Kopi Aceh (Arabika Gayo) ke Amerika Serikat dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi, didasari dengan harga yang tidak menentu dan nilai mata uang yang semakin melemah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga kopi terhadap permintaan kopi Aceh (kopi Gayo) dari Amerika Serikat dan pengaruh nilai kurs terhadap permintaan kopi Aceh (kopi Gayo) dari Amerika Serikat. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan data penelitian berupa angka-angka dan analisis yang berstruktur statistik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya harga kopi dan nilai kurs secara parsial mempunyai pengaruh terhadap permintaan kopi. Variabel harga kopi dan nilai kurs mempunyai hubungan positif terhadap tingkat permintaan kopi, dari hasil uji analisis regresi berganda menunjukkan jika variabel harga kopi naik sebesar 1 satuan maka akan menaikkan permintaan kopi sebesar 1,003. Sedangkan variabel nilai kurs apabila pendapatan naik 1 satuan maka permintaan kopi akan meningkat sebesar 0,056. Diharapkan bagi pelaku Ekspor dapat mempertimbangkan bagaimana mengedepankan potensi sumber daya (Kopi) untuk pemanfaatan pendapatan negara khususnya daerah.

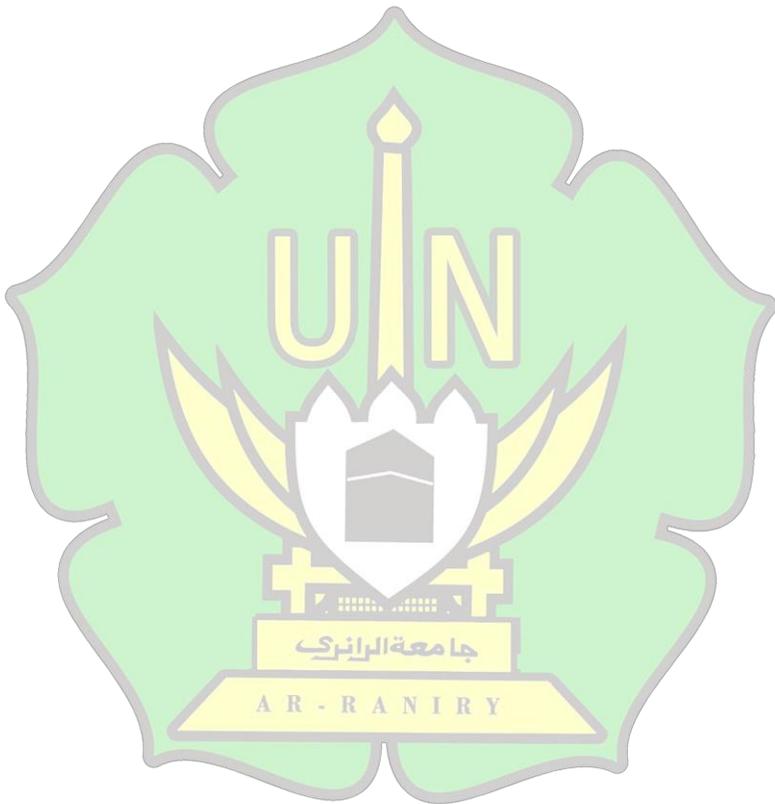
Kata Kunci: Permintaan Kopi, Harga Kopi, Nilai Kurs.

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	xi
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR SINGKATAN	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Perdagangan Internasional	14
2.1.1 Pengertian Perdagangan Internasional	14
2.1.2 Faktor terjadinya Perdagangan Internasional	16
2.2 Permintaan	17
2.2.1 Pengertian Permintaan	17
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan	20
2.3 Harga	21
2.3.1 Pengertian Harga	21
2.3.2 Faktor-Faktor Penentuan Harga	28
2.4 Kopi	29
2.5 Barang Substitusi	31
2.6 Nilai Tukar	33

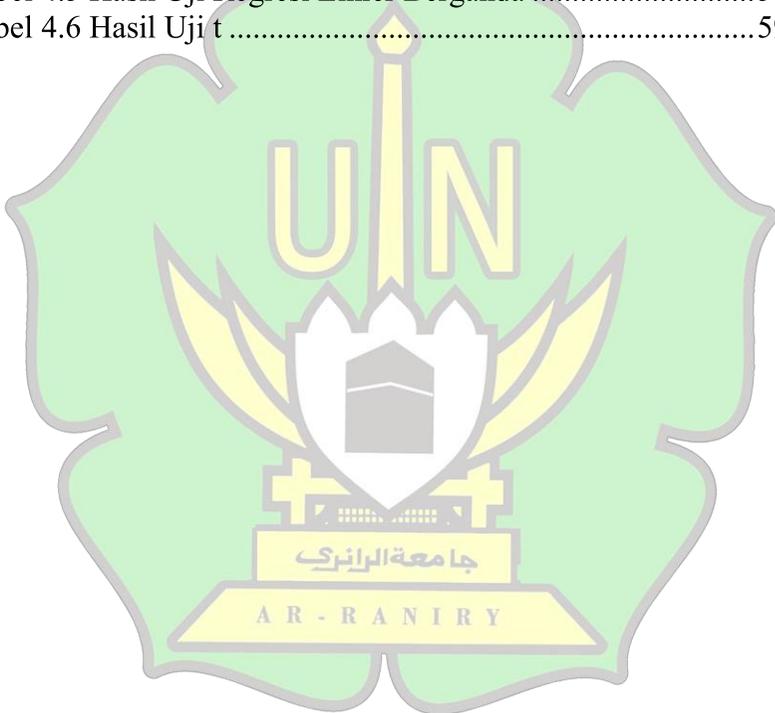
2.7 Penelitian Terkait	35
2.8 Kerangka Pemikiran	42
2.9 Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Populasi Penelitian	45
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	45
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	46
3.4.1 Variabel Terikat (Dependen).....	46
3.4.2 Variabel Bebas (Independen).....	46
3.4.3 Definisi Operasional.....	47
3.5 Uji Asumsi Klasik	48
3.5.1 Uji Normalitas	49
3.5.2 Uji Multikolinearitas	50
3.5.3 Uji Autokorelasi	50
3.5.4 Uji heteroskedastisitas	50
3.6 Uji Hipotesis.....	51
3.6.1 Uji t.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum	52
4.2 Uji Asumsi Klasik	52
4.2.1 Uji Normalitas	52
4.2.2 Uji Multikolinieritas	53
4.2.3 Uji Autokorelasi	54
4.2.4 Uji Heteroskedastisitas	56
4.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	57
4.4 Koefisien Determinasi.....	58
4.5 Hipotesis.....	59
4.5.1 Hasil Uji t	59
4.6 Pembahasan.....	60
4.6.1 Pengaruh Harga Kopi Terhadap Permintaan Kopi	60
4.6.2 Pengaruh Nilai Kurs Terhadap Permintaan Kopi	61

BAB V PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	69



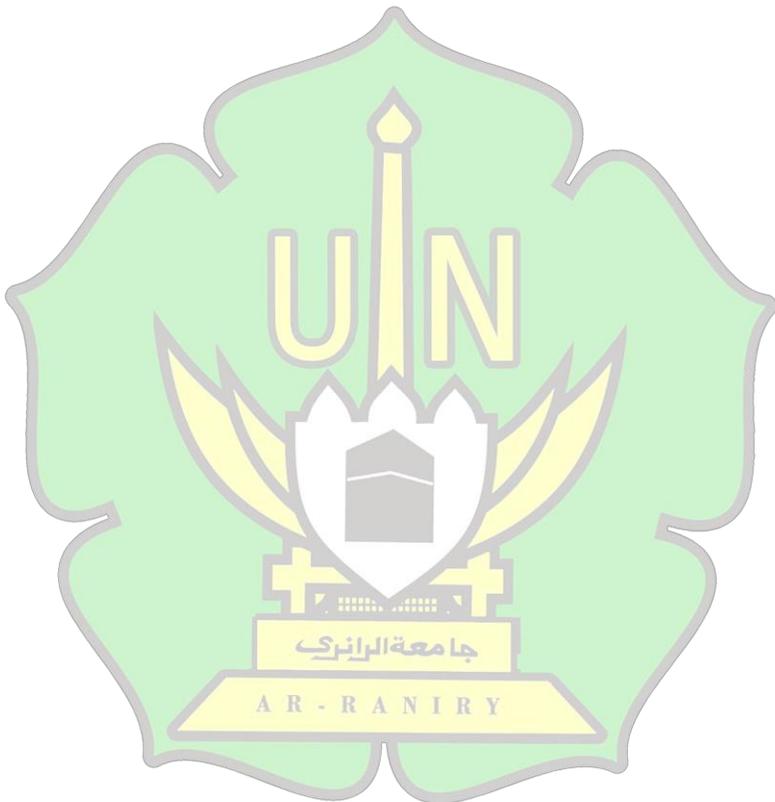
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan Utama 2015-2020	3
Tabel 2.1 Keterangan Lengkap Penelitian Terkait	35
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	47
Tabel 4.1 Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4.2 Kriteria Uji <i>Durbin-Watson</i>	55
Tabel 4.3 Hasil Uji Autokorelasi	55
Tabel 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.6 Hasil Uji t	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ekspor Kopi Aceh Ke Amerika Serikat, 2014-2021	6
Gambar 1.2 Volume dan Nilai ekspor Kopi tahun 2010-2020....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	43
Gambar 4.1 Uji Normalitas	53



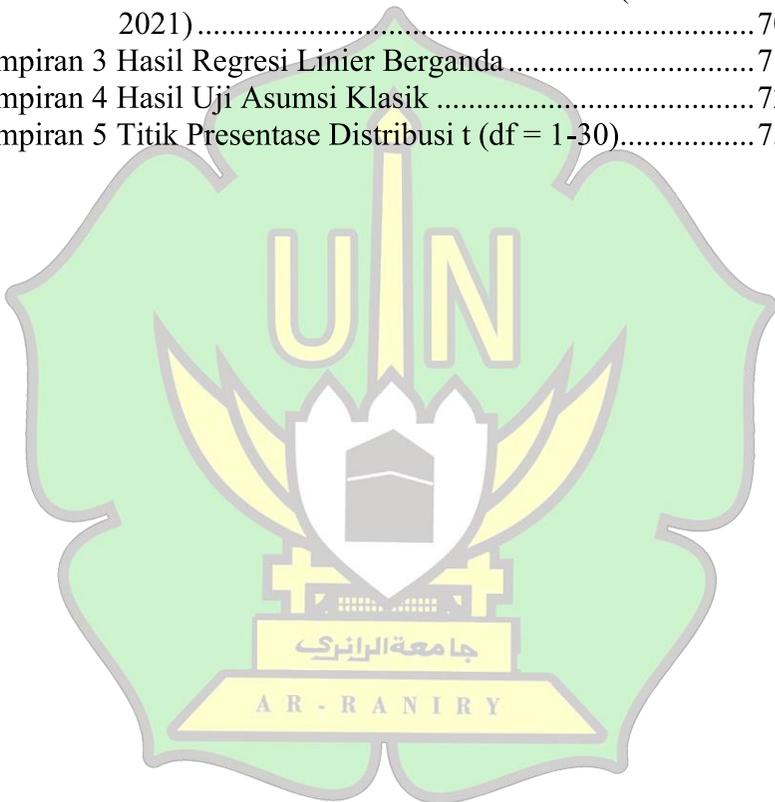
DAFTAR SINGKATAN

ASEAN	= Association of Southeast Asian Nations
BBM	= Bahan Bakar Minyak
BPS	= Badan Pusat Statistik
GDP	= Gross Domestik Produk
USD	= United States Dollar



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Permintaan Kopi, Harga Kopi dan Nilai Kurs di Aceh Dalam Periode 24 Bulan (2020-2021).....	69
Lampiran 2 Data LN Permintaan Kopi, Harga Kopi dan Nilai Kurs di Aceh Dalam Periode 24 Bulan (2020-2021).....	70
Lampiran 3 Hasil Regresi Linier Berganda.....	71
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
Lampiran 5 Titik Presentase Distribusi t (df = 1-30).....	75



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perdagangan Internasional yaitu perdagangan yang dilakukan sejumlah besar negara atas dasar kesepakatan bersama. Bangsa Indonesia yang merupakan salah satu dari sekian banyak negara yang menjalankan perdagangan internasional dengan negara lain. Indonesia juga memiliki beberapa peran penting dalam hal kerja sama dengan negara lain di bidang ekonomi, baik multilateral dan regional, hal ini telah dilakukan sejak dulu sampai sekarang.

Pengembangan yang digarap di sektor ekspor dan impor baik jumlah maupun jenis barang atau jasa selalu diupayakan dengan berbagai strategi diantaranya adalah pengembangan ekspor, dari hal untuk menghasilkan devisa dengan ekspor non migas, baik barang maupun jasa. Tujuan dari adanya program pengembangan ekspor ini yaitu dengan mendukung upaya meningkatkan daya saing global produk Indonesia serta meningkatkan peranan ekspor dalam menggenjot pertumbuhan ekonomi.

Menuju era perdagangan bebas, persaingan global semakin ketat memaksa Indonesia harus kompetitif untuk mempertahankan pertumbuhan ekonominya. Dalam hal mempertahankan pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara dengan cara memajukan pembangunan pada sektor primer. Sektor primer dalam perekonomian Indonesia meliputi perkebunan, pertambangan, perikanan, kehutanan, dan pertanian.

Sektor perkebunan berperan penting untuk penyerapan tenaga kerja. Selain itu, dalam sektor tersebut akan berperan semakin penting dalam mengurangi kemiskinan, menjaga kelestarian lingkungan hidup, dan sumber energi. Peranan lainnya dari sektor perkebunan adalah sebagai sumber penerimaan devisa negara. Pada tahun 2010 devisa dari perkebunan mencapai USD 20 miliar yang berasal dari kelapa sawit USD 15.5 miliar, karet USD 7.8 miliar, dan kopi USD 1.7 miliar (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2011).

Peran sektor pertanian dalam pertumbuhan ekonomi cukup nyata. Perkebunan merupakan sub sektor pertanian yang mempunyai peran penting dalam perekonomian Indonesia. Salah satu komoditas perkebunan yang merupakan komoditas andalan untuk ekspor adalah kopi yang sejak tahun 1712, Belanda merupakan pengimpor pertama hasil dari produksi kopi Indonesia.

Produksi kopi Indonesia sebagian besar diekspor ke mancanegara dan sisanya dipasarkan di dalam negeri. Ekspor kopi alam Indonesia menjangkau lima benua yaitu Asia, Afrika, Australia, Amerika dan Eropa dengan pangsa utama di Eropa.

Adapun jumlah ekspor kopi menurut negara tujuan dapat dilihat sebagaimana data terlampir dibawah ini.

Tabel 1.1
Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan Utama, 2015-2020

Negara Tujuan	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Jepang	41.240,1	35.351,9	29.503,0	30.360,3	25.587,8	23.471,4
Amerika Serikat	65.481,3	67.309,2	63.237,6	52.083,5	58.666,2	54.473,7
Inggris	21.052,6	18.355,8	21.937,5	7.555,1	18.923,5	21.349,5
Jerman	47.662,4	42.628,3	44.739,6	13.082,6	18.451,4	21.320,8
Italia	43.048,3	35.804,6	38.102,9	27.929,5	35.452,2	27.237,5
Belgia	5.541,8	12.152,7	13.156,2	6.207,0	16.259,6	14.758,1
Belanda	3.442,1	6.398,7	2.915,0	1.631,5	1.604,2	1.490,8
Denmark	269,3	248,7	57,2	62,6	38,2	75,5
Perancis	13.017,8	7.657,6	2.415,7	265,8	2.945,3	4.376,4
Jumlah	240.755,70	255.907,50	216.064,70	139.177,90	177.928,40	168.553,70

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa ekspor kopi ke berbagai negara tujuan utama, negara Amerika Serikat menduduki peringkat tertinggi ekspor kopi yang dilakukan pelaku usaha Indonesia pada tahun 2015 sebesar 65.481,3 ton, pada tahun 2016 sebanyak 67,309,2 ton, pada tahun 2017 sebanyak 63,237,6 ton, pada tahun 2018 sebanyak 52.083,2 ton, dan pada tahun 2019 sebanyak 58.666,2 ton dan pada tahun 2020 sebanyak 54.473,7 ton.

Direktur Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perkebunan Kementerian Pertanian mencatat, produksi kopi Indonesia tahun 2020 mencapai 753.491 ton dari luas areal 1,2 juta hektare lahan. Angka produktivitas mencapai 806 kg/ha. Sedangkan tahun 2019,

angka tetap produksi 752.511 ton dengan luas areal 1.245.358 ha dan produktivitas 803 kg/ha (www.Merdeka.com, 2021).

Pada tahun 2020 nilai ekspor kopi Indonesia mencapai US\$ 809,2 juta. Nilai tersebut turun 7,8% dari tahun sebelumnya yang mencapai US\$ 872 juta. Amerika Serikat menjadi negara tujuan utama ekspor kopi Indonesia dengan nilai sebesar US\$ 202 juta atau 25% dari total ekspor kopi pada 2020 (Badan Pusat Statistik, 2021).

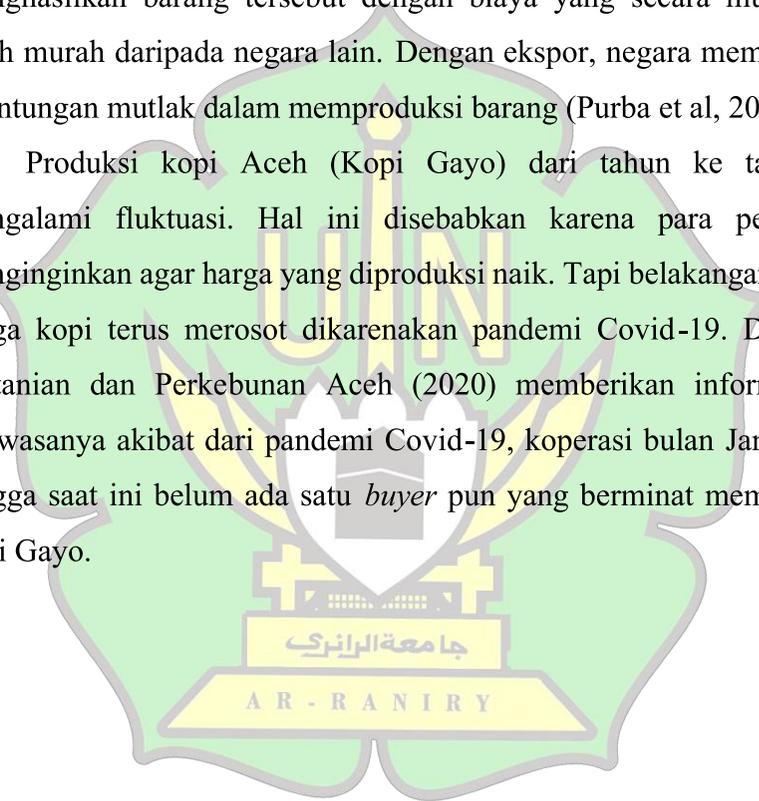
Beberapa daerah di Indonesia memiliki Produksi kopi terbanyak diantaranya adalah Sumatra Selatan, Lampung, Aceh, Sumatra Utara, dan Bengkulu. Daerah Sumatra Selatan tercatat paling banyak memproduksi kopi pada tahun 2019, diikuti Lampung, Aceh, Sumatra Utara dan Bengkulu (Badan Pusat Statistik, 2019).

Aceh memiliki perkebunan kopi yang banyak dibudidayakan di Kabupaten Aceh Tengah dan di Kabupaten Bener Meriah. Jenis kopi yang dibudidayakan yaitu jenis kopi Arabika dan kopi Robusta. Kopi jenis Arabika ini hampir seluruhnya dikembangkan oleh petani dengan total keterlibatan petani sebanyak 33.474 KK petani. Kopi jenis Arabika dianggap sangat istimewa dan dikategorikan sebagai kopi spesial dimana menurut hasil uji citarasa (*cupping test*) yang dikenalkan oleh Erna Knutsen sejak tahun 1974, kopi arabika gayo memperoleh nilai antara 86-90. Kopi Arabika dari Kabupaten Aceh Tengah dan Kabupaten Bener Meriah, telah dikenal dunia karena memiliki citarasa khas dengan ciri utama antara lain aroma dan

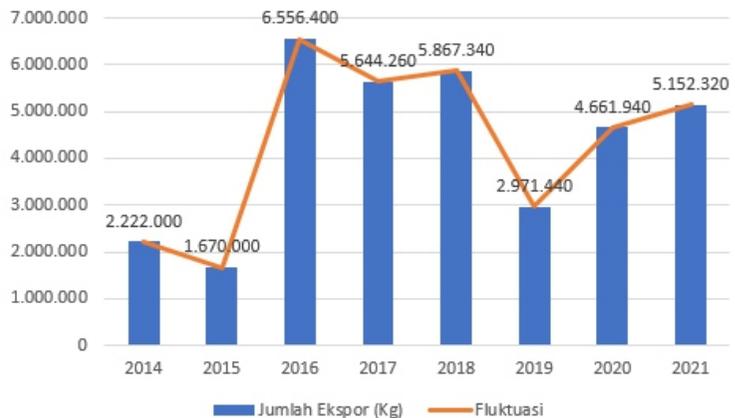
perisa yang kompleks dan kekentalan yang kuat. (Badan Pusat Statistik, 2021).

Pemerintah Aceh telah mengekspor kopi Aceh ke luar negeri dalam jumlah yang banyak untuk membantu meningkatkan devisa negara. Negara dapat mengekspor barang yang ditentukan untuk menghasilkan barang tersebut dengan biaya yang secara mutlak lebih murah daripada negara lain. Dengan ekspor, negara memiliki keuntungan mutlak dalam memproduksi barang (Purba et al, 2021).

Produksi kopi Aceh (Kopi Gayo) dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi. Hal ini disebabkan karena para petani menginginkan agar harga yang diproduksi naik. Tapi belakangan ini harga kopi terus merosot dikarenakan pandemi Covid-19. Dinas Pertanian dan Perkebunan Aceh (2020) memberikan informasi bahwasanya akibat dari pandemi Covid-19, koperasi bulan Januari hingga saat ini belum ada satu *buyer* pun yang berminat membeli kopi Gayo.



Gambar 1.1
Ekspor Kopi Aceh Ke Amerika Serikat, 2014-2021



Sumber: DISPERINDAG ACEH, 2022

Berdasarkan gambar diatas ekspor kopi Aceh (Kopi Arabika Gayo) ke Amerika Serikat pada tahun 2014-2015 mengalami penurunan ekspor sekitar 25%. Penurunan ini dikarenakan faktor kondisi cuaca yang mengakibatkan produktivitas sedikit terganggu. Dan pada tahun 2016 ekspor kopi arabika Gayo melonjak tinggi, di Tahun tersebut ekspor kopi sangat tinggi dibanding tahun sebelum dan sesudahnya. Dengan ini ekspor kopi arabika gayo terjadinya fluktuasi untuk diekspor ke Amerika Serikat.

Kopi Aceh (Kopi Arabika Gayo) saat ini terjadinya kenaikan harga yang membuat para pembeli lokal dan mancanegara bingung membeli produk Kopi Aceh tersebut. Faktor terjadinya kenaikan disebabkan oleh kenaikan harga di pasar *global* yang terus berdampak pada penjualan produk, dan kenaikan harga Kopi Aceh (Kopi Arabika Gayo) juga akibat berkurangnya hasil

panen kopi di negara-negara penghasil biji kopi seperti Brasil dan Kolombia (Kompas.com, 2021).

Pendapatan Amerika Serikat didasari berbagai faktor yang dapat membuat ekonomi negara menjadi stabil. Ekonomi Amerika Serikat disebutkan mampu menghasilkan produk domestik bruto (PDB) terbesar di seluruh dunia. Pendapatan Amerika Serikat dilaporkan sebesar USD 4.391 pada tahun 2022 (www.ceicdata.com, 2021)

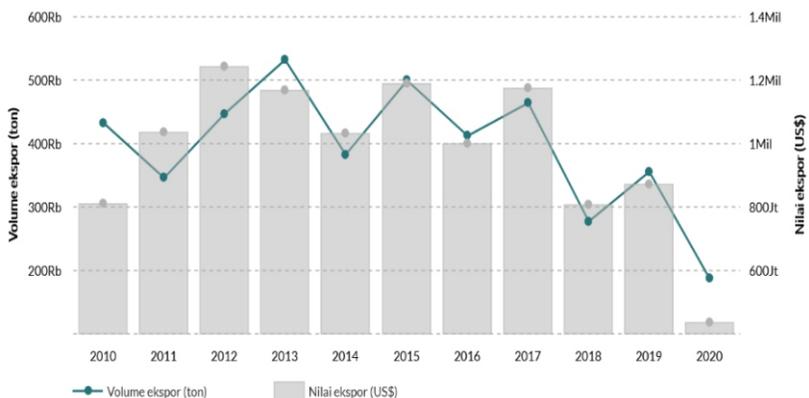
Fluktuasi harga yang cukup nyata (signifikan) merupakan bahan perbincangan petani kopi terus-menerus, selain itu harga kopi juga merupakan aspek yang kompleks, karena banyak faktor yang saling mempengaruhi terbentuknya harga. Selama ini, faktor penawaran (*supply*) kopi relatif paling berpengaruh terhadap terbentuknya harga disamping faktor permintaan (*demand*). Apalagi Indonesia saat ini akan menghadapi perdagangan bebas regional yaitu kerjasama yang dilakukan oleh negara-negara pada kawasan perdagangan bebas ASEAN (Purwandhini, 2015).

Kopi Aceh (Kopi Gayo) cukup diminati oleh kalangan masyarakat Amerika Serikat, karena rasa kopinya gurih, enak dan sedap sehingga para importir banyak mengimpor kopi Aceh. Permintaan Kopi Aceh (Kopi Gayo) dua tahun ini mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yang mengalami penurunan akibat Covid-19 yang menghambat terjadinya perdagangan luar negeri. Menurut Kepala BI Aceh, volume ekspor kopi dari Aceh akan bisa

naik dan terus akan bertambah sampai akhir tahun nanti. Sehingga pangsa pasar kopi Aceh di luar negeri masih terbuka lebar.

Volume nilai ekspor kopi di Tahun 2010 sampai 2020 mengalami fluktuasi, hal ini dapat dilihat sebagaimana pada gambar berikut ini.

Gambar 1.2
Volume dan Nilai Ekspor Kopi, 2010-2020



Sumber: Badan Pusat Statistika, 2021

Volume ekspor kopi hingga juli 2020 mencapai 186,8 ribu ton, jumlah tersebut naik dibandingkan tahun sebelumnya pada periode yang sama, namun nilai ekspor justru turun 8,01 persen. (Badan Pusat Statistik, 2021).

Kebijaksanaan nilai tukar uang adalah dimaksudkan untuk memperbaiki neraca pembayaran yang defisit melalui peningkatan ekspor. Efek kebijaksanaan dari nilai tukar mata uang adalah berkaitan dengan kebijaksanaan devaluasi yaitu nilai penurunan mata uang domestik terhadap mata uang luar negeri terhadap ekspor impor suatu negara dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain

adalah elastisitas harga untuk ekspor, elastisitas harga untuk impor dan daya saing komoditas tersebut di pasar internasional.

Putong (2005) menyebutkan bahwa apabila elastisitas harga untuk ekspor lebih tinggi daripada elastisitas harga untuk impor maka devaluasi cenderung menguntungkan dan sebaliknya. Jika elastisitas harga untuk impor lebih tinggi daripada harga untuk ekspor maka kebijaksanaan devaluasi tidak menguntungkan.

Nopriyandi dan Hardi (2017) dalam penelitian Analisis Ekspor Kopi Indonesia menyebutkan bahwa nilai tukar suatu harga realtif pada barang-barang yang diperdagangkan oleh dua negara, ada kalanya nilai tukar biasa disebut dengan *terms of trade*. Nilai tukar perdagangan (*terms of trade*) dari suatu negara merupakan rasio harga komoditas ekspornya terhadap harga komoditas impornya. Devaluasi atau depresiasi suatu mata uang dapat menimbulkan dampak yang sangat penting terhadap harga yang berlaku dalam suatu negara dalam satuan mata uang domestiknya sendiri. Artinya, depresiasi atau devaluasi suatu mata uang akan merangsang produksi ekspor maupun substitusi impor negara tersebut dan hal ini pada akhirnya akan mengakibatkan kenaikan harga-harga yang berlaku di dalam negara tersebut.

Seringkali dijumpai indikasi adanya ketidaksamaan antara harga kopi di pasar domestik dengan harga yang terjadi di pasar internasional. Apalagi Indonesia sebagai salah satu produsen utama kopi dunia seharusnya mendapat keuntungan dengan adanya perbaikan harga kopi dunia, khususnya harga kopi arabika dalam

beberapa tahun terakhir. Namun hal ini tidak terjadi, seringkali produsen kopi Indonesia harus gigit jari karena harga kopi yang tidak sesuai (Purwandhini, 2015).

Kusandrina (2016) dalam penelitian Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kopi di Indonesia, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga kopi internasional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ekspor kopi di Indonesia sedangkan nilai Kurs memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap ekspor kopi di Indonesia.

Ramadhani (2018) dalam penelitian Analisis Ekspor Kopi Indonesia, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga kopi internasional dan harga kopi domestik mempunyai hubungan signifikan terhadap volume ekspor kopi Indonesia, sedangkan nilai kurs tidak berpengaruh signifikan terhadap volume ekspor kopi Indonesia di lima Negara tujuan.

Hasil penelitian Batubara (2018) dalam penelitian Analisis faktor yang mempengaruhi harga kopi Arabika di Provinsi Sumatra Utara, hasil penelitian menunjukkan bahwa harga kopi dunia dan nilai kurs sama-sama berpengaruh signifikan terhadap harga kopi arabika di Provinsi Sumatra utara.

Nasution (2016) dalam penelitiannya, Analisis Permintaan Komoditas Kopi di Sumatra Utara, penelitian ini menemukan bahwa variabel Harga Teh dan Pendapatan Perkapita berpengaruh positif dan signifikan, Harga kopi dan Jumlah penduduk berpengaruh

negatif dan signifikan sedangkan Harga Gula tidak berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Kopi di Provinsi Sumatra Utara.

Berdasarkan pembahasan di atas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kopi Aceh (Kopi Gayo) Dari Amerika Serikat”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka dapat diambil beberapa rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Apakah Harga kopi di Amerika Serikat berpengaruh terhadap permintaan kopi di Aceh ?
2. Apakah Nilai tukar Dollar Amerika Serikat berpengaruh terhadap permintaan kopi di Aceh ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas adapun tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh Harga terhadap permintaan kopi di Aceh.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh Nilai Tukar terhadap permintaan kopi di Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas adapun manfaat penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan tentang pentingnya ilmu pengetahuan tentang komoditas kopi serta meningkatkan kemampuan penulis dalam menganalisis permasalahan teori-teori yang diterima selama perkuliahan.
2. Penelitian ini diharapkan agar dapat bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pada komoditas kopi di Indonesia terkhusus di Aceh.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan pemikiran bagi eksportir kopi di Indonesia serta seluruh pihak yang berkaitan dengan kegiatan ekspor kopi Indonesia, dalam upaya meningkatkan ekspor kopi Indonesia dengan melihat peluang di berbagai negara.

1.5 Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi ini disajikan dalam lima dengan sistematika pembahasan adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah penelitian selanjutnya dilanjutkan dengan penetapan rumusan masalahnya, tujuan, dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasannya.

BAB II Landasan teori yang didalamnya menguraikan teori-teori dan penelitian terkait yang mendukung penelitian atau temuan penelitian terkait, kerangka berfikir dan pengembangan hipotesis.

- BAB III Metode penelitian yang menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan penulis untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan serta menguji hipotesis. Di dalam juga menjelaskan jenis penelitian, teknik memperolehnya, jenis data yang digunakan, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, uji validitas dan reabilitas, variabel penelitian, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.
- BAB IV Hasil penelitian dan pembahasan yang menjelaskan deskripsi objek dari penelitian, analisis data penelitian dan pembahasan mengenai hasil dari analisis objek penelitian yang ada.
- BAB V Penutup, yang menjelaskan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil analisis, keterbatasan penelitian, beserta saran yang direkomendasikan kepada pihak-pihak terkait dengan judul penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perdagangan Internasional

2.1.1 Pengertian Perdagangan Internasional

Perdagangan Internasional dapat didefinisikan sebagai aktivitas perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Penduduk negara yang dimaksud adalah merupakan individu dengan individu, antara individu dengan pemerintah suatu negara atau pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain. Pada berbagai negara, perdagangan internasional menjadi salah satu faktor utama untuk meningkatkan *Gross Domestic Product* (GDP) (Ekananda, 2014:3).

Perdagangan internasional merupakan hal yang vital karena perdagangan luar negeri akan meningkatkan kemungkinan konsumsi suatu negara. Perdagangan luar negeri memungkinkan suatu negara mengkonsumsi lebih banyak barang dibandingkan yang tersedia menurut garis perbatasan kemungkinan produksi pada keadaan swasembada tanpa perdagangan luar negeri (Anggraini, 2006).

Kunci perdagangan internasional adalah teori keunggulan komparatif. Prinsip teori ini bahwa suatu negara dapat meningkatkan standar kehidupan dan pendapatan riilnya melalui spesialisasi produksi komoditas yang memiliki produktivitas tinggi. Negara-negara akan mengutamakan untuk memproduksi komoditas yang paling produktif. Prinsip keunggulan komparatif menunjukkan bahwa spesialisasi akan menguntungkan semua negara meskipun

ada negara yang secara mutlak lebih efisien dalam memproduksi semua barang dibandingkan negara lainnya.

Jika negara-negara itu mau melakukan spesialisasi produk di mana mereka mendapat keunggulan komparatif (atau efisiensi relatif lebih tinggi), maka perdagangan antar negara akan menguntungkan bagi semuanya. Karena itu mengingat kondisi produktif di tiap negara sangat berbeda, negara-negara tersebut sangat menyadari bahwa akan lebih menguntungkan jika melakukan spesialisasi dalam produksi suatu jenis barang tertentu (Anggraini, 2006).

Teori modern mengenai perdagangan internasional dikenal teori Hecsher dan Ohlin (H-O). Teori ini disebut juga *factor proportion theory* atau teori ketersediaan faktor. Dasar pemikiran teori ini adalah bahwa perdagangan internasional misalnya, antara Indonesia dan Jepang terjadi karena *opportunity cost* yang berbeda antara kedua negara tersebut. Perbedaan ongkos alternatif tersebut dikarenakan adanya perbedaan dalam jumlah faktor produksi (misalnya tenaga kerja, modal, tanah dan bahan baku yang dimiliki kedua negara tersebut. Indonesia memiliki tanah yang lebih luas dan bahan-bahan baku serta tenaga kerja (khususnya dari golongan berpendidikan rendah) yang jauh lebih banyak dibandingkan Jepang. Sebaliknya Jepang memiliki tenaga kerja dengan pendidikan tinggi dalam jumlah yang lebih banyak dari pada Indonesia. Jadi karena *factor endowment*-nya berbeda, maka sesuai hukum pasar, harga dari faktor-faktor produksi tersebut juga berbeda antara Indonesia dan Jepang.

Dalam kasus Indonesia, negara tersebut akan ekspor produk-produk yang padat karya (tetapi dari kategori *insilled workers*) atau padat bahan-bahan baku yang berlimpah di dalam negeri, seperti minyak, batu bara dan komoditas pertanian (Tambunan, 2001).

2.1.2 Faktor Terjadinya Perdagangan Internasional

Dalam kegiatan perdagangan internasional (ekspor dan impor) ada beberapa faktor yang harus mendapatkan perhatian. Salah satunya adalah harga dari barang yang akan diperdagangkan karena harga akan menentukan besar kecilnya jumlah barang yang akan diperdagangkan.

Makin besar selisih antar harga di pasar internasional dengan harga domestik akan menyebabkan jumlah komoditas yang akan diekspor menjadi bertambah banyak. Naik turunnya harga tersebut disebabkan oleh:

- a. Keadaan perekonomian negara pengekspor, dimana dengan tingginya inflasi di pasaran domestik akan menyebabkan harga di pasaran domestik menjadi naik, sehingga secara riil harga komoditas tersebut jika ditinjau dari pasaran internasional akan terlihat semakin menurun.
- b. Harga di pasaran internasional semakin meningkat, dimana harga internasional merupakan keseimbangan antara penawaran ekspor dan permintaan impor dunia suatu komoditas di pasaran dunia meningkat sehingga jika harga komoditas di pasaran domestik tersebut stabil, maka selisih

harga internasional dan harga domestik semakin besar. Akibat kedua hal di atas akan mendorong ekspor komoditas tersebut.

2.2 Permintaan

2.2.1 Pengertian Permintaan

Permintaan adalah banyak jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu. Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga tertentu selama periode waktu tertentu. Dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam waktu periode tertentu (Sugiyanto dan Romadhina, 2020:1).

Ada tiga hal penting dalam konsep permintaan. Pertama, jumlah yang diminta atau jumlah yang diinginkan (*a desired quantity*) pada harga barang tersebut, pada harga barang lain, pendapatan konsumen, selera dan lain-lain adalah tetap. Kedua, apa yang diinginkan (*desired*) tidak merupakan harapan kosong, tetapi merupakan permintaan efektif, artinya jumlah dimana orang bersedia membeli pada harga yang mereka harus bayar untuk komoditas tersebut. Ketiga, kuantitas yang diminta menunjukkan arus pembelian yang terus-menerus (Lipsey, 1995).

Variabel-variabel yang memengaruhi jumlah permintaan suatu komoditas, antara lain:

1. Harga komoditas itu sendiri

Berdasarkan hipotesis ekonomi dasar, bahwa harga suatu komoditas dan kuantitas yang akan diminta berhubungan negatif, *ceteris paribus*. Semakin rendah harga suatu

komoditas, maka jumlah komoditas yang diminta akan semakin besar, begitu sebaliknya.

2. Rata-rata pendapatan rumah tangga (konsumen)

Untuk barang normal, jika pendapatan rata-rata rumah tangga meningkat, maka jumlah barang yang akan dibeli semakin banyak walaupun harganya tetap sama. Sebaliknya, barang inferior jika pendapatan rata-rata rumah tangga meningkat jumlah barang yang diminta semakin sedikit.

3. Harga-harga lainnya

Kenaikan harga barang substitusi pada komoditas tertentu, akan menggeser kurva permintaan kekanan yang menunjukkan peningkatan permintaan untuk komoditas tersebut pada setiap tingkat harga. Penurunan harga pada barang komplementer akan menggeser kurva permintaan kekanan yang menunjukkan peningkatan permintaan untuk komoditas tersebut pada setiap tingkat harga.

4. Selera

Perubahan dalam selera yang menguntungkan suatu komoditas menyebabkan pergeseran kurva permintaan kekanan. Artinya pada tiap tingkat harga akan dibeli jumlah barang yang lebih banyak. Semakin besar selera atau kesukaan masyarakat terhadap suatu komoditas, maka akan meningkatkan permintaan komoditas tersebut.

5. Distribusi pendapatan

Perubahan dalam distribusi pendapatan akan menggeser kurva permintaan kekanan yang menunjukkan peningkatan permintaan untuk komoditas yang dibeli oleh mereka yang memperoleh tambahan pendapatan tersebut. Kurva permintaan akan menggeser ke kiri yang menunjukkan penurunan permintaan komoditas yang dibeli oleh mereka yang berkurang pendapatannya.

6. Jumlah penduduk

Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan. Kenaikan dalam jumlah penduduk akan menggeser kurva permintaan terhadap komoditas tersebut kekanan. Artinya jika terjadi peningkatan jumlah penduduk, maka akan meningkatkan permintaan komoditas tersebut, ceteris paribus. Permintaan ekspor ialah permintaan pasar internasional terhadap komoditas yang dihasilkan oleh suatu negara. Teori permintaan ekspor bertujuan untuk menentukan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ekspor suatu negara. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ekspor suatu negara adalah harga di pasar internasional atau harga ekspor, harga kompetitor, pendapatan perkapita negara pengimpor, nilai tukar riil, dan lain-lain (Rahayu dan Utami, 2015:27).

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Menurut Suryawati (2004), ada beberapa faktor yang menyebabkan mengapa suatu permintaan konsumen terhadap suatu barang berubah:

- a. Harga barang itu berubah, sedangkan faktor lain tetap. Yang dimana perubahan ini hanya menyebabkan pergerakan di sepanjang kurva permintaan.
- b. Salah satu atau lebih faktor-faktor lain berubah (tidak ada lagi *ceteris paribus*). Yang dimana perubahan ini menyebabkan terjadi pergeseran seluruh kurva permintaan. Kenaikan permintaan akan menyebabkan kurva permintaan bergerak naik ke kanan. Sebaliknya, jika permintaan turun maka kurva permintaan akan bergeser turun ke kiri.

Adapun faktor-faktor pembentuk keadaan *ceteris paribus* adalah:

1. Pendapatan

Bila pendapatan konsumen naik maka permintaan akan naik dan sebaliknya, namun untuk kasus barang inferior peningkatan pendapatan justru akan mengurangi permintaan suatu barang.

2. Jumlah konsumen di pasar

Peningkatan konsumen akan meningkatkan permintaan suatu barang di pasar.

3. Selera atau preferensi konsumen

Bila selera konsumen terhadap suatu barang naik, maka kurva permintaan akan bergeser ke kanan, yang berarti disetiap tingkat harga konsumen akan menambah konsumsinya. Harga barang lain yang terkait, yaitu:

- a. Jika barang lain yang merupakan barang substitusi. Jika harga barang substitusi, misal harga Pertamina (BBM) turun, maka permintaan Premium (BBM) menurun (kurva permintaan bergeser ke kiri).
- b. Jika barang lain merupakan barang komplementer. Misal, jika harga gula naik, maka permintaan kopi akan turun (kurva permintaan bergeser ke kiri).

2.3 Harga

2.3.1 Pengertian Harga

Dalam suatu produk terkandung nilai ekonomis yang pada umumnya disebut harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2015) harga yaitu beberapa uang atau nilai yang diberikan pembebanannya atas produk, ataupun seluruh dari nilai yang diberikan konsumennya terhadap berbagai manfaat dikarenakan mempunyai serta memakai produk ataupun jasa yang diberikan. Harga menjadi salah satu dari buatan pemasaran oleh karena itu harga perlu dikondisikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya yaitu produk, distribusi dan promosi.

1. Biaya, biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.
2. Organisasi, manajemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga.
3. Posisi atau prodk dalam gaya hidup pelanggan, yaitu menyangkut apakah produk tersebut merupakan simbol status atau hanya produk yang digunakan sehari-hari.
4. Manfaat yang diberikan produk tersebut kepada pelanggan.
5. Harga lain.

Faktor-faktor di atas harus diperhatikan perusahaan dalam menetapkan harga. Harga yang ditetapkan perusahaan akan diterima konsumen dan berhasil memperoleh pelanggan jika harga tersebut memperhatikan keinginan konsumen.

Harga mempunyai beberapa pengertian yang intinya sama. “Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya” (Swastha & Irawan, 2003).

Jadi harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen guna memperoleh produk berupa barang dan atau jasa yang dimaksud kepada pihak yang menawarkannya. Harga dalam bentuk nominal uang yang harus dibayarkan telah melalui proses kesepakatan antara kedua belah pihak. Benturan antara kedua belah

pihak merupakan proses yang tidak mudah. Kedua hal tersebut tidak bisa dipisahkan karena sama penting dan berpengaruh.

Harga sebagai sejumlah uang yang harus dibayar untuk mendapatkan penggunaan produk. Harga dalam keputusan pembelian dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk, pemasar biasanya memodifikasi harga mereka. Pemahaman konsumen terhadap harga. Konsumen dapat mempunyai ekspektasi atas hubungan harga dengan kualitas. Konsumen mungkin mempunyai ekspektasi bahwa harga yang lebih mahal mencerminkan kualitas yang lebih baik. Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk (Kotler dan Amstrong, 2003).

Fungsi stimulasi harga dapat mempengaruhi konsumen secara berbeda-beda dalam pembuatan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen yang lain menimbulkan biaya. Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran paling fleksibel karena harga dapat diubah dengan cepat. Pada saat yang sama, penetapan dan persaingan harga menjadi salah satu yang sering dihadapi oleh para eksekutif pemasaran. Penetapan harga merupakan salah satu keputusan penting bagi pelaku usaha. Tjiptono (2014:320) mengemukakan bahwa penetapan harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu, relative terhadap harga pesaing.

Keputusan penetapan harga tergantung pada serangkaian kekuatan-kekuatan lingkungan dan persaingan yang sangat rumit. Perusahaan tidak hanya menetapkan satu harga tunggal, tetapi lebih berupaya sebuah struktur penetapan harga (*pricing structure*) yang mencakup item-item yang berada di setiap lini produk. Struktur penetapan harga berubah dari waktu ke waktu seiring dengan siklus hidup produk tersebut. Perusahaan menyesuaikan harga supaya dapat mencerminkan perubahan-perubahan biaya dan permintaan serta memperhitungkan berubah-ubahnya pembeli dan situasi. Ketika lingkungan persaingan berubah, perusahaan itu mempertimbangkan kapan memprakarsai perubahan harga dan kapan menanggapi perubahan di pasar (Swastha & Irawan, 2003).

Dari sudut konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga. Untuk produk yang berguna bagi pelanggan dan mengantisipasi daya beli pelanggan, maka perusahaan membuat kemasan, ukuran dan jenis-jenis produk beranekaragam. Tujuan penetapan harga menurut Swastha dan Irawan (2003):

1. Kelangsungan hidup, dalam kondisi pasar yang merugikan, tujuan penetapan harga mungkin mencakup tingkat profitabilitas yang diinginkan untuk memastikan kelangsungan hidup.

2. Memaksimalkan keuntungan, penetapan harga untuk memastikan maksimalisasi profitabilitas dalam periode tertentu. Periode ditentukan akan dihubungkan dengan daur jasa.
3. Memaksimalisasi penjualan, penetapan harga untuk membangun pangsa pasar. Ini mungkin melibatkan penjualan dengan merugi pada awalnya dalam upaya merebut pangsa pasar yang tinggi.
4. Gengsi (*prestisei*), sebuah perusahaan jasa mungkin berharap untuk menggunakan penerapan harga guna menempatkan diri secara eksklusif.

Swastha dan Irawan (2003) menemukan bukti empiris bahwa dengan cara mengurangi harga, maka akan meningkatkan ancaman ketika harganya akan dinaikkan. Faktor lain yang menunjukkan bahwa konsumen juga mempertimbangkan harga yang lalu dan bentuk pengharapan pada harga di masa yang akan datang yang mungkin tidak optimal, apabila konsumen menunda pembelian di dalam mengantisipasi harga yang lebih rendah di masa mendatang. Namun, penurunan harga pada merek berkualitas menyebabkan konsumen mempelajari informasi harga dengan dua cara, yaitu dengan disengaja atau intentional dan cara kebetulan atau insidental. Cara belajar secara disengaja berhubungan dengan pencairan yang aktif dan penghafalan harga yang ada, khususnya bagi merek-merek tertentu. Belajar secara insidental termasuk di dalamnya

perbandingan secara jelas akan harga sekarang dengan harga sebelumnya yang disimpan dalam ingatan.

Jadi harga adalah variabel penting yang digunakan oleh konsumen karena berbagai alasan, baik karena alasan ekonomis yang akan menunjukkan bahwa harga yang rendah atau harga yang selalu berkompetisi merupakan salah satu variabel penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, juga alasan psikologis dimana harga sering dianggap sebagai indikator kualitas dan oleh karena itu penetapan harga sering dirancang sebagai salah satu instrumen penjualan sekaligus sebagai instrumen kompetisi yang menentukan (Peter & Olson, 2000).

Persepsi harga sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk. “Persepsi Harga (*price perception*) berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang mendalam bagi mereka. Satu pendekatan untuk memahami persepsi harga adalah pemrosesan informasi”, (Peter dan Olson, 2000). Konsumen akan membuat perbandingan tentang harga yang ditetapkan itu dengan harga yang sudah terbentuk dalam benak mereka untuk jenis produk tersebut dalam pemrosesan secara kognitif. Harga dalam benak konsumen mungkin dianggap sebagai harga yang pantas untuk produk tersebut.

Pengetahuan tentang harga pada suatu merek akan dibandingkan dengan berbagai merek dari merek lain dalam produk yang sama kelasnya, ciri-ciri dari berbagai merek dan biaya-biaya

konsumen lainnya. Pada akhirnya, terbentuklah sebuah sikap terhadap berbagai alternatif yang ada. Model konseptual dari pemosresan kognitif harga dapat diringkas menjadi “pencarian informasi harga, pemahaman (penerjemahan dan penentuan makna), integrasi (perbandingan harga dan integrasi dengan informasi lainnya) dan pembentukan sikap”, (Peter dan Olson, 2000). Konsumen cenderung menggunakan harga sebagai sebuah indikator kualitas. Hal ini akan terjadi apabila:

1. Konsumen yakin bahwa harga mampu memprediksi kualitas.
2. Ketika kualitas yang konsumen ketahui/rasakan (*real perceived quality*) berbeda-beda diantara para pesaing.
3. Ketika konsumen sulit untuk membuat keputusan tentang kualitas secara objektif, atau dengan menggunakan nama merek atau citra toko.

Sering kali beberapa konsumen mengetahui secara tepat harga suatu produk, sedangkan yang lainnya hanya mampu memperkirakan harga berdasarkan pembelian masa lampau. Konsumen akan membeli suatu produk bermerek jika harganya dipandang layak oleh mereka. Faktor-faktor seperti kualitas, tanggapan emosi lebih berkaitan perasaan konsumen setelah membeli produk. Dalam membeli suatu produk konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitasnya saja, tetapi juga memikirkan kelayakan.

2.3.2 Faktor-Faktor Penentuan Harga

Menurut Abdurrahman (2015) Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga sebagai berikut:

a. Faktor Internal

1. Tujuan Pemasaran

Memaksimalkan laba untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan dan melaksanakan tanggung jawab sosial.

2. Strategi Bauran Pemasaran

Harga diperlukan koordinasi dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya seperti produk, distribusi dan promosi.

3. Biaya

Biaya merupakan faktor yang menentukan minimal harga yang ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian, dalam hal biaya tetap dan variabel.

4. Organisasi

Dalam organisasi diperlukan adanya manajemen untuk menetapkan harga, pada perusahaan kecil umumnya harga ditetapkan oleh manajemen puncak, pada perusahaan besar sering kali masalah penetapan harga ditangani oleh manager atau devisi suatu lini produk,

dalam pasar industri para waraniaga diperkenankan untuk berorganisasi dengan pelanggannya guna menetapkan rentang harga tertentu.

b. Faktor Eksternal

1. Sifat Pasar dan Permintaan

Perusahaan diperlukan untuk memahami sifat permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah penting adalah elastisitas permintaan.

2. Persaingan

Ada lima kekuatan pokok yang berpengaruh dalam persaingan suatu industri:

- a) Produk substitusi
- b) Pemasok
- c) Persaingan dalam industri yang bersangkutan
- d) Pelanggan
- e) Ancaman-ancaman baru

2.4 Kopi

Tanaman kopi adalah spesies tanaman berbentuk pohon yang termasuk dalam famili Rubiaceae dan genus Coffea. Sebagian besar perkebunan kopi yang sudah mapan memiliki pembibitan untuk membesarkan bibit sebelum menanamnya di kebun untuk produksi. Biji kopi pertama kali ditanam di tanah yang subur, dan akan segera berkecambah. Biji itu sendiri kemudian tumbuh dari tanah dan terus

berkembang dan mereka sering sebut “Pejuang”. Tanaman kopi tumbuh tegak, bercabang dan bila dibiarkan dapat tumbuh mencapai tinggi 12 m. Tanaman kopi tumbuh dengan cepat dan setelah 6-12 bulan dapat dipanen pada saat kopi sudah matang. Tanaman kopi memiliki daun berbentuk bulat telur dengan ujung yang agak meruncing. Daun-daun tersebut tumbuh berhadapan pada batang, cabang dan ranting-rantingnya. Tanaman kopi pada umumnya akan mulai berbunga setelah berumur kurang lebih 2 tahun. Mula-mula bunga yang keluar berasal dari ketiak daun yang terletak pada batang utama atau cabang reproduksi. Tetapi bunga yang keluar dari kedua tempat tersebut biasanya tidak berkembang menjadi buah, jumlahnya terbatas dan hanya dihasilkan oleh tanaman-tanaman yang masih sangat muda. Bunga yang jumlahnya banyak akan keluar dari ketiak daun yang terletak pada cabang primer. Bunga ini berasal dari kuncup-kuncup sekunder yang reproduktif yang berubah fungsinya menjadi kuncup bunga. Kuncup bunga kemudian berkembang menjadi bunga yang serempak dan bergerombol. Tanaman kopi mempunyai sistem percabangan yang berbeda dengan tanaman lain (Hoffmann, 2018).

Secara alami tanaman kopi memiliki sistem perakaran tunggang sehingga tidak mudah rebah. Tetapi akar tunggang tersebut hanya dimiliki oleh tanaman kopi yang bibitnya berupa bibit semaian atau bibit sambungan (okulasi) yang batang bawahnya merupakan semaian. Tanaman kopi yang bibitnya berasal dari stek, cangkokan atau bibit okulasi, yang batang bawahnya merupakan

bibit stek, tidak memiliki akar tunggang sehingga tidak mudah rebah. Meskipun kopi merupakan tanaman tahunan, tetapi umumnya mempunyai perakaran yang dangkal. Oleh karena itu, tanaman ini mudah mengalami kekeringan pada kemarau panjang bila di daerah perakarannya tidak diberi mulsa.

Tanaman kopi, yang umumnya berasal dari benua Afrika, termasuk familia Rubiaceae dan jenis kelamin Coffea. Kopi bukan produk homogen, ada banyak varietas dan beberapa cara pengolahannya. Terdapat sekitar 4.500 jenis kopi di seluruh dunia yang dapat dibagi dalam empat kelompok besar, yakni:

1. Coffea Canephora, yang salah satu jenis varietasnya menghasilkan kopi dagang Robusta;
2. Coffea Arabica menghasilkan kopi dagang Arabika;
3. Coffea Excelsa menghasilkan kopi dagang Excelsa;
4. Coffea Liberica menghasilkan kopi dagang Liberika.

Genus Coffea merupakan salah satu genus penting yang mempunyai nilai ekonomi dan dikembangkan secara komersial, terutama Coffea Arabica (Kopi Arabika), Coffea Canephora dengan varietas Kopi Robusta dan Coffea Liberica (Kopi Liberika) (Turnip, 2002).

2.5 Barang Substitusi

Barang substitusi merupakan barang pengganti utama apabila barang utama tidak dapat di dapat. Dalam hal ini pengganti atau substitusi komoditas teh yaitu kopi. Dalam pasar dalam negeri maupun luar negeri mayoritas konsumen menyukai kedua komoditas

tersebut untuk di konsumsi harian. Ketika salah satu harga komoditas tersebut mengalami kenaikan/penurunan maka konsumen akan lebih memilih barang substitusinya. Sama seperti komoditas teh ketika harga jualnya mengalami kenaikan, maka konsumen akan beralih ke kopi.

Begitu juga sebaliknya. Kemudian hubungannya dengan volume ekspor teh adalah Harga kopi dapat mempengaruhi permintaan terhadap teh dan harga teh dapat mempengaruhi terhadap permintaan kopi. Jika harga kopi turun, maka jumlah permintaan teh akan berkurang. Sebaliknya, apabila harga kopi naik maka permintaan terhadap teh tentu akan meningkat.

Sukirno (2015) mengatakan, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi penawaran produk pada suatu pasar di antaranya sebagai berikut :

1. Harga Barang Itu Sendiri

Dalam hukum penawaran dikatakan, jumlah barang yang ditawarkan dipengaruhi oleh perubahan harga barang itu sendiri. Hubungan ini bersifat positif, yaitu jika harga barang naik, jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen bertambah. Tujuannya adalah untuk meraih keuntungan yang lebih besar.

2. Harga Barang Substitusi dan Komplementer

Apabila harga barang substitusi meningkat, maka penawaran harga barang yang diamati akan turun. Hal ini karena harga barang yang diamati menjadi relatif lebih murah

dibandingkan harga barang substitusinya. Demikian sebaliknya, jika harga suatu barang komplementer meningkat, maka penawaran terhadap barang yang diamati meningkat. Adanya laba yang ingin diperoleh produsen atau penjual.

2.6 Nilai Tukar

Nilai tukar adalah harga mata uang suatu negara yang dinyatakan dalam mata uang lain yang dapat dibeli dan dijual. Ekonomi membedakan nilai tukar menjadi dua, yaitu nilai tukar nominal dan nilai tukar riil. Nilai tukar nominal adalah harga relatif dari mata uang dua negara, sedangkan nilai tukar riil adalah harga relatif dari barang-barang antar dua negara. Nilai tukar riil menyatakan kondisi memperdagangkan barang-barang dari suatu negara untuk barang lain. Nilai tukar riil disebut juga *term of trade* (Mankiw, 2007).

Pada kenyataannya, dalam dunia perdagangan terdapat banyak negara dengan banyak jenis komoditas yang diperdagangkan. Oleh sebab itu, pengukuran nilai tukar tidak semata-mata didasarkan pada perhitungan rasio harga antara dua komoditas saja melainkan harus dirinci berdasarkan suatu indeks yang jauh lebih rumit dan kompleks. Indeks tersebut harus memuat harga-harga dari berbagai komoditas yang diekspor dan diimpor oleh negara-negara yang bersangkutan. Kebijakan nilai tukar meliputi semua campur tangan (*intervensi*) pemerintah termasuk himbuan, daya tarik moral (*moral*

suasion), untuk mempengaruhi tingkat dan perubahan nilai tukar (Firdaus, 2011).

Mata uang suatu negara dapat memperjualbelikan mata uang negara lainnya sesuai dengan nilai tukar yang berlaku di pasar valuta asing. Nilai tuakr dapat dibedakan menjadi dua yaitu nilai tukar rill dan nilai tukar nominal. Nilai tukar nominal dapat mengetahui harga relatif mata uang dan dua negara, sedangkan nilai tukar rill dapat menunjukkan tingkat ukuran suatu barang dapat diperdagangkan antar negara. Apabila nilai tukar riil naik, berarti harga produk luar negeri relatif lebih murah serta harga produk domestik menjadi relatif mahal. Presentase perubahan nilai tukar nominla sama dengan presentase perubahan nilai tukar riil dan ditambah dengan perbedaan infasi Nilai tukar tinggi menyebabkan barang luar negeri relatif lebih murah dan barang domestik relatif lebih mahal. Apabila hal tersebut terjadi maka penduduk akan berkeinginan untuk membeli barang-barang impor sehingga ekspor netto menjadi lebih rendah. Ekspor netto adalah nilai ekspor dikurangi nilai impor. Jadi hubungan antara nilai tukar dengan ekspor netto adalah hubungan yang terbalik.

2.7 Penelitian Terkait

Tabel 2.1
Keterangan Lengkap Penelitian Terkait

No	Judul Penelitian	Metode Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Analisis Penyebab Turunnya Produksi Kopi Robusta Kabupaten Temanggung oleh Berliana Anggun Septiani (2021)	Analisis Value Chain	Variabel : Kopi robusta, cuaca, Produksi Kopi	Cuaca berpengaruh negatif terhadap produksi kopi robusta di kabupaten Temanggung
2.	Permintaan Kopi Biji Indonesia di Pasar Internasional oleh Dono Sahat, Harianto, Suharno, dan Sri Hartoyo (2020)	Analisis Linier Approximate Almost Ideal Demand System (LA/AIDS)	Varibel: AIDS, Biji Kopi, Perdagangan, Permintaan	Faktor harga kopi row berpengaruh terhadap permintaan kopi biji Indonesia

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Judul Penelitian	Metode Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Permintaan Kopi Biji Indonesia di Pasar Internasional oleh Dono Sahat, Harianto, Suharno, dan Sri Hartoyo (2020)	Analisis Linier Approximate Almost Ideal Demand System (LA/AIDS)	Variabel: AIDS, Biji Kopi, Perdagangan, Permintaan	Faktor harga kopi row berpengaruh terhadap permintaan kopi biji Indonesia
4.	Analisis Penawaran dan Permintaan Kopi di Indonesia oleh Karina Larasati S., Henik Prayugining sih dan Nurul Fathiyah Fauzi (2020)	Analisis regresi linier berganda	Variabel Dependen: Permintaan Kopi Variabel Independen: Harga kopi tingkat konsumen, Harga kopi dunia, Produk domestik bruto dan Jumlah penduduk	Faktor yang berpengaruh positif dan signifikan adalah harga kopi di tingkat konsumen dan jumlah penduduk

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Judul Penelitian	Metode Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
5.	Analisis ekspor kopi Indonesia ke negara-negara ASEAN Christian Putra Ginting dan Fitri Kartiasih (2019)	Analisis deskriptif	Variabel Dependen (terikat) : Ekspor komoditas kopi Variabel Independen (bebas) : harga ekspor rill kopi, nilai kurs, PDB rill negara mitra, jumlah produksi kopi domestik dan indeks daya saing	Harga ekspor rill, PDB negara mitra, nilai kurs, dan indeks daya saing berpengaruh signifikan terhadap ekspor komoditas kopi sedangkan produksi kopi domestik tidak berpengaruh signifikan ekspor komoditas kopi

Tabel 2.1 - Lanjutan

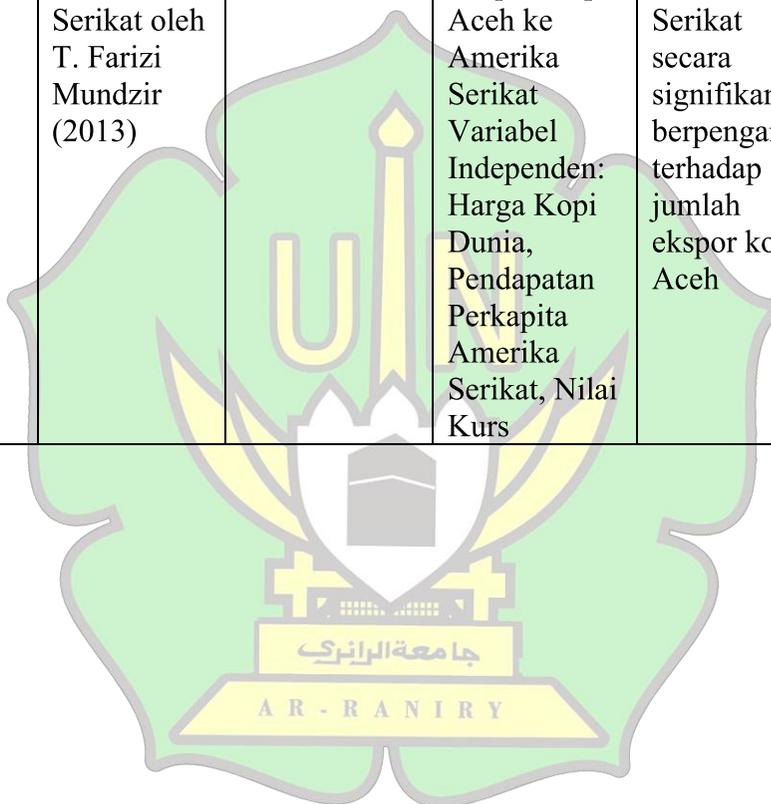
No	Judul Penelitian	Metode Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
6.	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat Periode 2002-2013 (2017)	Analisis regresi berganda dan metode yang digunakan adalah metode kuadrat terkecil atau Ordinary least square (OLS)	Variabel dependen (Terikat) : Permintaan ekspor kopi Variabel Independen (bebas) : Volume ekspor, harga kopi domestik, harga kopi dunia, kurs valuta asing, Gross Domestic Product	Variabel harga kopi domestik dan harga kopi dunia berpengaruh signifikan terhadap permintaan ekspor kopi Indonesia sedangkan volume kopi Indonesia, kurs valuta asing, Gross Domestic Product tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan ekspor kopi Indonesia

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Judul Penelitian	Metode Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
7.	Analisis Permintaan Kopi Arabika Roasting di Kecamatan Bandar Kabupaten Bener Meriah oleh Rauzatul Jannah, Sofyan dan Akhmad Baihaqi (2017)	Analisis regresi linier berganda	Variabel Dependen: Permintaan kopi arabika roasting Variabel Independen: Harga kopi arabika roasting speciality, harga greenbean kopi arabika speciality, Harga kopi robusta dan Promosi	Masing-masing hipotesis 1,2 dan 3 yang berpengaruh nyata terhadap permintaan kopi arabika roasting
8.	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor kopi Indonesia tahun 2011-2015 Devy Rosa Anggraini (2016)	Analisis regresi data panel	Variabel Dependen (Terikat) : Volume Ekspor Kopi Indonesia Variabel Independen (Bebas) : Harga Kopi Indonesia, Gross Domestic Product dan Nilai Tukar	Harga Kopi dan nilai tukar berpengaruh terhadap sedangkan Gross Domestic Product tidak berpengaruh terhadap ekspor kopi Indonesia

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Judul Penelitian	Metode Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
9.	Analisis Ekspor Kopi Aceh ke Amerika Serikat oleh T. Farizi Mundzir (2013)	Analisis deskriptif	Variabel Dependen: Jumlah Ekspor Kopi Aceh ke Amerika Serikat Variabel Independen: Harga Kopi Dunia, Pendapatan Perkapita Amerika Serikat, Nilai Kurs	Variabel pendapatan perkapita Amerika Serikat secara signifikan berpengaruh terhadap jumlah ekspor kopi Aceh



Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Judul Penelitian	Metode Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
10.	Analisis permintaan dan strategi pengembangan agrbisni kopi di Indonesia oleh Heru Santoso, Fitria Dina Riana, dan Lutfia Febri K (2012)	Analisis Regresi berganda dan SWOT	Variabel dependen : Permintaan kopi Indonesia Variabel Independen : harga teh di pasar domestik, harga kopi di pasar domestik, populasi penduduk di Indonesia, pendapatan penduduk di Indonesia	Variabel independen pendapatan penduduk di Indonesia berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan kopi Indonesia. Sedangkan harga teh, harga kopi dan populasi penduduk tidak berpengaruh terhadap permintaan kopi Indonesia.

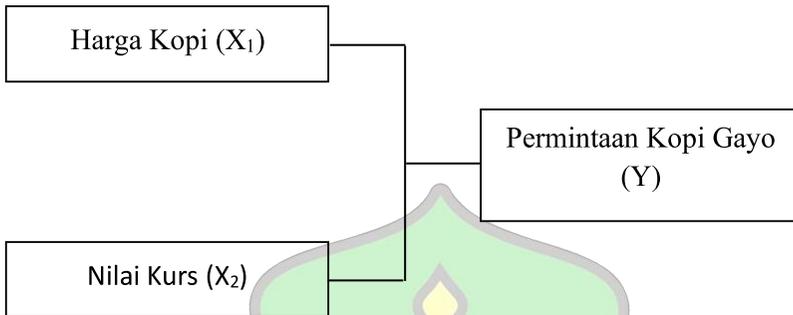
11.	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan komoditas kopi di Sumatera Utara oleh Ilham, Tavi Supriana dan Salmiah (2012)	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel dependen : Permintaan komoditas kopi Variabel Independen : Harga kopi arabika, harga kopi robusta, harga komoditas teh, harga gula dan pendapatan perkapita Sumatera Utara	Variabel harga gula dan pendapatan perkapita penduduk berpengaruh secara parsial terhadap permintaan komoditi kopi di Sumatera Utara.
-----	---	----------------------------------	--	---

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

2.8 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terkait yang telah dijelaskan selanjutnya adalah membuat kerangka pemikiran. Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisa tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kopi Aceh (Gayo) dari Amerika Serikat. Dalam hal terjadi faktor permintaan kopi dari Amerika Serikat. Dibutuhkannya kerangka pemikiran agar dapat mudah dipahami. Adapun kerangka pemikirannya adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, peneliti ingin menjelaskan sedikit teori variabel dalam penelitian ini:

Variabel Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Dasar harga suatu barang ditentukan oleh besarnya permintaan dan penawaran atas barang. Sehingga untuk harga menjadi besar kecilnya nilai untuk menentukan penjualan.

Variabel nilai kurs merupakan sistem perekonomian terbuka yang harus mempertimbangkan kurs mata uangnya dalam menganalisis kondisi makroekonomi negara yang bersangkutan. Kurs terbagi menjadi dua macam, yaitu kurs nominal dan kurs rill. Kurs nominal menukarkan mata uang negara dengan mata uang negara lain (*money changer*). Kurs rill, nilai tukar yang digunakan saat menukarkan barang dan jasa suatu negara dengan barang dan jasa negara yang dituju. Jenis nilai kurs pada penelitian ini menggunakan kurs rill yang merujuk pada ekspor kopi Aceh.

2.9 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah, serta penjelasan yang singkat dari penelitian terkait serta adanya kerangka pemikiran teoritis, maka dalam penelitian ini dapat dijabarkan beberapa hipotesis :

- H₁ : Harga berpengaruh terhadap permintaan kopi.
- H₂ : Barang substitusi berpengaruh terhadap permintaan kopi.
- H₃ : Nilai kurs berpengaruh terhadap permintaan kopi.
- H₄ : Pendapatan Amerika Serikat berpengaruh terhadap permintaan kopi.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif yaitu data penelitian berupa angka-angka dan analisis yang berstruktur statistik (Sugiono, 2011). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada penelitian data sekunder. Pada penelitian ini mengkaji sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel melalui pengujian hipotesis.

3.2. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2011). Populasi pada penelitian ini yaitu Aspek yang berhubungan dengan para petani kopi di kawasan Aceh Tengan dan Bener Meriah.

3.3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan data Bulanan pada Tahun 2020-2021 (24 Bulan) yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Perindustrian dan Perdagangan Aceh, serta Sumber-sumber lain seperti jurnal dan hasil penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik studi documenter agar

mendapatkan data sekunder. Dengan teknik ini peneliti memperoleh data dengan mengumpulkan dan mempelajari dokumen-dokumen sesuai dengan variabel-variabel dalam model penelitian ini dalam kurun waktu 24 bulan (2020-2021).

Setelah data dikumpulkan dan ditabulasi, selanjutnya akan dianalisis sesuai dengan hipotesa yang diajukan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Ordinary Least Square (OLS)*, dengan bantuan softwer Eviews 10.

3.4. Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.4.1. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel Terikat (Dependen) adalah dua variabel yang saling berhubungan, bahwa perubahan variabel yang satu mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel yang lain, maka variabel yang mempengaruhi atau bariabel yang disebabkan merupakan variabel terikat (Dependen) (Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2016).

3.4.2. Variabel Bebas (Independen)

Variabel Bebas (Independen) adalah satu atau dua variabel yang saling berhubungan, bentuk hubungannya adalah perubahan variabel yang satu mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel lain, maka disebutkan variabel yang mempengaruhi atau variabel penyebab tersebut merupakan Variabel Bebas (Independen) (Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2016).

3.4.3. Definisi Operasional

Berdasarkan definisi dua variabel diatas, maka selanjutnya akan diuraikan beberapa definisi operasional dari dua variabel di atas sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Satuan
1.	Permintaan (Y)	Jumlah barang yang diminta, Jumlah produksi kopi dan ketersediaan kopi.	Kg
2.	Harga (X_1)	Kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, perbandingan harga.	Rupiah
3.	Nilai Kurs (X_3)	Tingkat suku bunga, tingkat pendapatan, Inflasi.	Dollar Amerika Serikat Convert Rupiah

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Dalam analisis regresi hubungan antara variabel independent dan variabel dependent adalah dalam bentuk linier maka untuk itu fungsi persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = f (X_1, X_2, X_3, X_4)$$

Dari fungsi tersebut diatas kemudian diderivasikan ke dalam model persamaan ekonometrika dalam bentuk Model Regresi Linier Berganda (Multiple Linear Regression) untuk melihat permintaan komoditas kopi Aceh sebagai berikut :

Hipotesis 1 diselesaikan dengan Model Regresi Linier Berganda (Multiple Linear Regression) :

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

Dimana :

Y = Permintaan Komoditas Kopi

α = Konstanta intersep

β_1, β_2 = Koefisien variabel regresi

X_1 = harga kopi

X_2 = Nilai kurs/nilai tukar

μ = *Random error*

Secara individu:

Jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ terima H_0 , tolak H_1 pada taraf kepercayaan 95%.

Jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ terima H_1 , tolak H_0 pada taraf kepercayaan 95%.

3.5. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kualitas data sehingga data diketahui keabsahannya dan menghindari terjadinya estimasi bias. Pengujian asumsi klasik ini menggunakan empat uji, yaitu uji

normalitas, uji multikolinearitas, uji auto korelasi dan uji heteroskedastisitas.

3.5.1. Uji Normalitas

Menurut Suntoyo (2016) Uji normalitas adalah menguji data variabel independen (X) dengan data variabel dependen (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Uji normalitas data dilakukan dengan cara *Test Normality Kolmogorov-smirnov*, menurut Santosa (2012) dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas, yaitu:

1. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
2. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

3.5.2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2012) Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang ditemukan ada korelasi antara variabel independen. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai tolerance dan VIF dengan bantuan SPSS. Jika nilai tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.5.3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dapat diartikan sebagai korelasi antara anggota-anggota dari serangkaian observasi yang berderetan waktu. Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Pengujian ini menggunakan *Durbin Watson*.

3.5.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis grafik, yaitu melihat grafik *Scatter Plot* antara nilai prediksi variabel dependen ZPRED dengan residual SRESID.

Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengidentifikasi telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dalam penelitian ini menggunakan hipotesis komperatif untuk pengaruh atau sumbangan variabel harga, barang substitusi, dan nilai kurs terhadap permintaan kopi Aceh dari Amerika Serikat.

3.6.1 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen dapat menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen secara nyata. Uji t digunakan untuk membuat keputusan apakah hipotesis terbukti atau tidak, dimana tingkat signifikan yang digunakan yaitu 5%.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

Provinsi Aceh memiliki luas 5.677.081 ha. Berdasarkan posisi geografis, Provinsi Aceh memiliki batas-batas sebagai berikut: sebelah Utara dan Timur berbatasan dengan Selat Malaka, Batasan Selatan: Provinsi Sumatera Utara, Batas Barat: Samudera Indonesia (Pemerintah Aceh, 2019).

Gayo adalah Ras/Suku yang menempati wilayah dataran tinggi di Provinsi Aceh, Daerah tersebut yaitu Kabupaten Bener Meriah, dan Kabupaten Aceh Tengah. Perkebunan kopi terbesar di Provinsi Aceh berada di dua Kabupaten tersebut. Luas areal perkebunan kopi di Kabupaten Bener Meriah 48.950 Ha dan luas areal perkebunan kop di Kabupaten Aceh Tengah 49.835 Ha (Badan Pusat Statistik, 2019).

4.2 Uji Asumsi Klasik

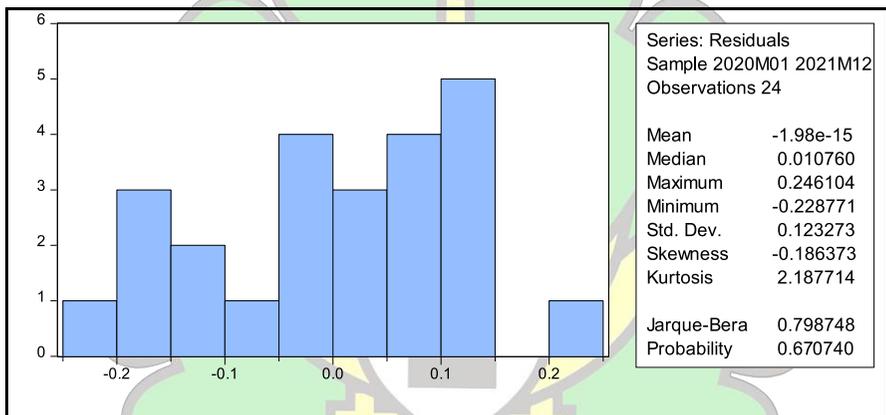
4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi pada variabel terikat dan variabel bebas apakah keduanya terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini, uji normalitas terhadap residual dengan menggunakan uji *Jarque-Bera* (J-B). Dalam penelitian ini, tingkat probabilitas yang digunakan yaitu $\alpha = 0,05$. Dasar pengambila keputusan dapat dilihat

dari angka probabilitas dari statistik J-B dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai Probabilitas $>0,05$ maka asumsi normalitas terpenuhi.
- Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.

Gambar 4.1
Uji Normalitas



Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas dari statistik J-B sebesar 0,670740. Karena nilai probabilitas yakni $0,670740 > 0,05$ maka dapat diasumsikan normalitas terpenuhi.

4.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan ada korelasi diantara variabel bebas (Independen). Model yang baik ialah tidak terjadi korelasi diantara

variabel bebas (Husein, 2014). Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi
- Jika nilai VIF $> 10,00$ maka terjadi multikolinieritas dalam model regresi

Adapun hasil Uji Multikolinieritas bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Hasil Uji Multikolinieritas

Variance Inflation Factors			
Date: 07/04/22 Time: 22:13			
Sample: 2020M01 2021M12			
Included observations: 24			
Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	60.06470	86614.13	NA
HK	0.002480	790.4147	1.055581
NK	0.677627	89686.23	1.055581

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai *centered* VIF HK (X_1) sebesar 1.055581, nilai *centered* VIF NK (X_2) sebesar 1.055581 dari kedua variabel bebas tersebut kurang dari 10, maka dapat dinyatakan bahwa dalam regresi ini bebas dari uji multikolinieritas.

4.2.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah suatu keadaan dimana ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu (*disturbance term*) dalam

analisis regresi berganda. Uji Autokorelasi ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik ialah regresi yang terbebas dari autokorelasi pengujian autokorelasi dapat dilihat melalui *Durbin-Watson*. Kriteria dari *Durbin-Watson* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Kriteria Uji *Durbin-Watson*

0-1,10	Ada autokorelasi positif
1,10-1,54	Tidak ada kesimpulan
1,54-2,46	Tidak ada autokorelasi
2,46-2,90	Tidak ada kesimpulan
2,90-4	Ada autokorelasi negatif

Sumber: Ghozali (2016)

Adapun hasil Uji Autokorelasi bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3
Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:	
Durbin-Watson stat	2.158604

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai statistik *Durbin-Watson* pada tabel hasil uji Autokorelasi adalah sebesar 2,158604 yang dibulatkan menjadi 2,16. Angka ini menunjukkan bahwa terletak pada rentang antara 1,54 – 2,46 yang berarti bahwa model regresi ini terbebas dari autokorelasi.

4.2.4 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah suatu kondisi di mana terjadi perbedaan varians dari residual suatu pengamatan yang lain. Jika varians sama, maka dapat dikatakan wujud homokedasitas, sebaliknya jika varians tidak sama maka dapat dikatakan terjadi heterokedastisitas. Dasar pengambilann keputusan dalam uji hereroskedastisitas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi masalah dalam uji heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi masalah dalam uji heterokedastisitas.

Adapun hasil Uji Heteroskedastisitas bisa dilihat pada Tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	1.890286	Prob. F(2,21)	0.1758
Obs*R-squared	3.661486	Prob. Chi-Square(2)	0.1603
Scaled explained SS	1.664774	Prob. Chi-Square(2)	0.4350

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas dapat disimpulkan bahwa *P-Value* yang ditunjukkan dengan nilai prob. *Chi-Square(2)* pada *Obs*R-squared* yaitu sebesar 0,1603. Nilai *P-value* $0,16 > 0,05$ maka model regresi ini bersifat homokedastisitas atau dengan kata lain yaitu dalam regresi ini terbebas dari uji heterokedastisitas.

4.3 Uji Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan model regresi linier berganda. Adapun tabel model regresi di tunjukkan dibawah ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Dependent Variable: PK Method: Least Squares Date: 07/04/22 Time: 22:05 Sample: 2020M01 2021M12 Included observations: 24				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.116648	7.750142	-0.273111	0.7874
HK	1.003410	0.049795	20.15069	0.0000
NK	0.056301	0.823181	0.068394	0.9461
R-squared	0.953364	Mean dependent var		13.33153
Adjusted R-squared	0.948922	S.D. dependent var		0.570826
S.E. of regression	0.129009	Akaike info criterion		-1.141396
Sum squared resid	0.349511	Schwarz criterion		-0.994140
Log likelihood	16.69676	Hannan-Quinn criter.		-1.102329
F-statistic	214.6459	Durbin-Watson stat		0.930030
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat ditulis persamaan *coefficient* dari hasil regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = -2,116648 + 1,003410 X_1 + 0,056301 X_2 + e$$

Persamaan di atas mengandung makna bahwa :

1. Konstanta sebesar -2,116648 satuan memiliki pengertian bahwa jika variabel harga kopi (X_1), dan nilai kurs (X_2) tidak ada atau

dalam keadaan konstan, maka permintaan kopi (Y) akan mengalami penurunan sebesar -2,116648.

2. Koefisien regresi variabel harga kopi sebesar 1,003410, hal ini menunjukkan variabel harga kopi (X_1) mempunyai hubungan positif terhadap variabel permintaan kopi (Y). Artinya jika ada peningkatan harga kopi sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan permintaan kopi (Y) sebesar 1,003410 dengan asumsi variabel-variabel lain konstan.
3. Koefisien regresi variabel nilai kurs sebesar 0,056301, hal ini menunjukkan variabel nilai kurs (X_2) mempunyai hubungan positif terhadap variabel permintaan kopi (Y). Artinya apabila nilai kurs mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan permintaan kopi (Y) sebesar 0,056301 dengan asumsi variabel-variabel lain konstan.

4.4 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur kemampuan variabel independen, yaitu harga kopi dan nilai kurs di Aceh. Hasil koefisien determinasi sebesar 0,953364 atau sekitar 95,33%. Dengan ini dapat dijelaskan bahwa variabel harga kopi dan nilai kurs di Aceh mempengaruhi permintaan kopi di Aceh sebesar 95,33%. Sedangkan sisanya ($100\% - 95,33\% = 4,67\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.5 Hipotesis

4.5.1 Hasil Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan menganggap variabel lain konstan. Uji hipotesis dapat diketahui dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Tabel 4.6
Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.116648	7.750142	-0.273111	0.7874
X ₁ – Harga Kopi	1.003410	0.049795	20.15069	0.0000
X ₂ – Nilai Kurs	0.056301	0.823181	0.068394	0.9461

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas, t_{hitung} pada variabel bebas yaitu harga kopi dan nilai kurs masing-masing sebesar 20,15 dan 0,06. Disini derajat bebas (df) = $n-k-1 = 24-2-1 = 21$, maka didapatkan t_{tabel} sebesar 1,72074. Berdasarkan hal tersebut maka :

1. Pada variabel harga kopi (X_1) memiliki t_{hitung} sebesar 20,15, maka dari itu $t_{hitung} (20,15) > t_{tabel} (1,72074)$. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang erat antara variabel harga kopi (X_1) terhadap permintaan kopi (Y) di Aceh.
2. Pada variabel nilai kurs (X_2) memiliki t_{hitung} sebesar 0,06, maka dari itu $t_{hitung} (0,06) < t_{tabel} (1,72074)$. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya nilai kurs (X_2) tidak mempunyai pengaruh terhadap permintaan kopi (Y) di Aceh.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Harga Kopi terhadap Permintaan Kopi

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) didapatkan bahwasanya hasil pengujian yang menunjukkan dimana variabel harga kopi (X_1) terdapat pengaruh terhadap variabel permintaan kopi (Y). Dimana dalam hal ini dapat dibuktikan dari perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} nilai t_{hitung} didapatkan setelah hasil pengujian menggunakan aplikasi Eviews 10 yaitu 20,15. Sedangkan nilai t_{tabel} yang dapat dilihat pada tabel t yaitu sebesar 1,72074. Jika dilihat dari perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} didapatkan bahwasanya $t_{hitung} > t_{tabel}$. Artinya jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel harga kopi terhadap permintaan kopi.

Dari hasil perhitungan uji parsial (uji t) jelas terlihat bahwasanya terdapat pengaruh variabel harga kopi terhadap variabel permintaan kopi. Hal ini ditunjukkan jelas pada hasil uji t yang telah dijelaskan dengan sangat rinci di atas. Dalam uji parsial (uji t) untuk melihat pengaruh antar variabel yaitu dengan cara melihat perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh antar variabel. Kesimpulan berdasarkan hasil uji parsial (uji t) menyatakan variabel harga kopi mempunyai pengaruh terhadap variabel permintaan kopi.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusandrina (2016), Ramadhani (2018) dan Batubara (2018) yang mengatakan harga kopi berpengaruh signifikan terhadap permintaan atau volume ekspor kopi di Indonesia. Artinya

jika harga kopi naik maka negara pengimpor akan menaikkan volume barang impornya sebaliknya jika harga turun maka negara pengimpor akan menurunkan volume barang yang ingin di impor.

Berbeda dengan nasution (2016) yang mengatakan harga kopi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan kopi di Provinsi Sumatera Utara.

Dari data harga kopi Aceh dapat dilihat terjadinya fluktuasi pada tingkat harga yang dijual sehingga permintaan kopi juga mengalami kenaikan dan penurunan volume permintaan. Faktor yang menjadi permintaan volume kopi dapat ditentukan dengan tingkat harga kopi Aceh yang ditetapkan.

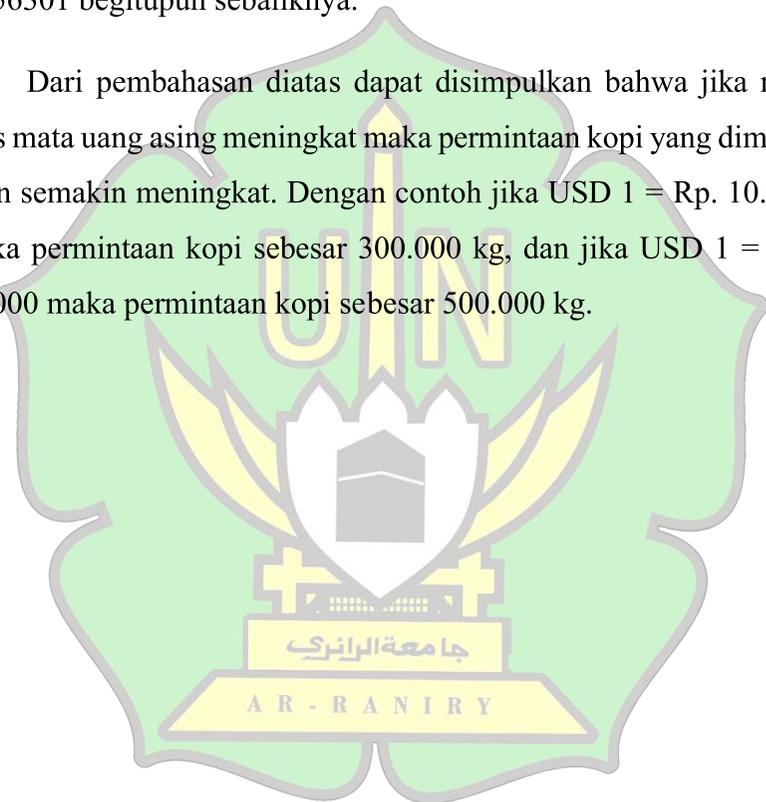
Dari pembahasan diatas artinya harga kopi menentukan permintaan kopi. Dalam wawancara narasumber berita “kami akui bahwa harga kopi cenderung turun, ini karena daya beli menurun akibat barang yang tidak bisa diekspor keluar, jadi modal tertahan (Satukanegeri, 2020)

4.6.2 Pengaruh Nilai Kurs terhadap Permintaan Kopi

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) didapatkan bahwasanya variabel nilai kurs (X_2) tidak terdapat pengaruh yang erat antar variabel permintaan kopi (Y). Hal ini ditunjukkan dari perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} nilai t_{hitung} yang didapatkan yaitu sebesar 0,06 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,72074. Maka setelah melihat nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwasanya variabel nilai kurs tidak terdapat pengaruh terhadap variabel permintaan kopi.

Dari penelitian terkait pada penelitian ini Kusandrina (2016) dan Ramadhani (2018) sama-sama mengatakan nilai kurs tidak berpengaruh terhadap permintaan atau volume ekspor kopi di Indonesia. Maka dapat disimpulkan jika nilai kurs naik maka 1 satuan maka permintaan atau volume ekspor kopi akan naik sebesar 0.056301 begitupun sebaliknya.

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa jika nilai kurs mata uang asing meningkat maka permintaan kopi yang diminta akan semakin meningkat. Dengan contoh jika USD 1 = Rp. 10.000 maka permintaan kopi sebesar 300.000 kg, dan jika USD 1 = Rp. 14.000 maka permintaan kopi sebesar 500.000 kg.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut :

1. Variabel harga kopi (X_1) berpengaruh positif terhadap permintaan kopi (Y) di Aceh. Harga kopi (X_1) memiliki t_{hitung} sebesar 20,15 dimana nilai ini lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,72074, oleh karena itu berdasarkan keterangan tersebut maka $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang artinya H_0 ditolak, data ini menunjukkan bahwa harga kopi berpengaruh signifikan terhadap permintaan kopi di Aceh.
2. Variabel nilai kurs (X_2) berpengaruh positif terhadap permintaan kopi (Y) di Aceh. Variabel nilai kurs (X_2) memiliki t_{hitung} sebesar 0,06 dimana nilai ini lebih kecil dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,72074, oleh karena itu berdasarkan keterangan tersebut maka $t_{hitung} < t_{tabel}$, yang artinya H_0 diterima, data ini menunjukkan bahwa nilai kurs tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan kopi di Aceh.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disajikan maka peneliti akan menyampaikan saran-saran terkait atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi pemerintah dapat dipikirkan jika kebutuhan kopi/biji kopi bagi masyarakat sudah cukup ada baiknya menekankan ekspor dengan cakupan yang stabil dan stagnan sehingga bagi produsen dan pihak pembeli memiliki keuntungan masing-masing, pemerintah dan negara juga mendapatkan impact dengan menambah devisa negara.
2. Bagi petani kopi seluruh Aceh dan khususnya pada petani kopi Kabupaten Aceh Tengah dan Bener Meriah agar menjamin mutu dan produksi kopi karena dengan mutu dan produksi yang baik maka akan meningkatkan harga kopi. Dengan itu daya saing kopi yang kita produksi akan dapat memuncaki kualitas kopi di Dunia.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat melanjutkan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kopi arabika dengan menambahkan faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model persamaan. Karena penelitian ini dilakukan secara spesifik ditujukan ekspor ke satu Negara maka diharapkan dalam penelitian yang selanjutnya dapat mengkaji hal yang lebih dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Anggraini. (2006). *Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan Ekspor kopi Indonesia dari Amerika Serikat. Tesis Studi Magister Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistika Kopi Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Statistika Kopi Indonesia 2019*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Volume dan Nilai Ekspor Kopi tahun 2010-2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Ceicdata. (2021). *Amerika Serikat pendapatan bulanan*. Retrieved from [ceicdata.com: https://www.ceicdata.com/id/indicator/united-states/monthly-earnings](https://www.ceicdata.com/id/indicator/united-states/monthly-earnings)
- Direktoral Jendral Perkebunan. (2011). *Statistik Perkebunan Kopi Indonesia (Tree Crop Statistik Of Indonesia)*. Direktoral Jendral Perkebunan.
- Ekananda. (2014). *Ekonomi Internasional*. Jakarta: Erlangga.
- Gabrillin, A. (2021, 10 1). *KOMPAS*. Retrieved from <https://regional.kompas.com/read/2021/10/01/061700778/harga-kopi-gayo-naik-ini-penyebabnya>
- Ghozali. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.

- Hoffmann, J. (2018). *The World Atlas of Coffee : From Beans to Breawing - Coffees Explored, Explained and Enjoyed* (2nd ed.). Mitchell Beazley.
- Hong. (2016). *Pengaruh Nilai Tukar dan Harga Eceran Harga Ekspor Indonesia Kopi Vietnam*.
- Hutabarat. (2006). *Analisis Saling Pengaruh Harga Kopi Indonesia dan Dunia*.
- Ilham, Supriana, & Salmiah. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Komoditas Kopi di Sumatera Utara. *Journal On Social Economic Of Agriculture And Agribusiness*.
- Kasyamir. (2013). *Prospek Perdagangan Kopi Robusta Indonesia di Pasar Internasional*.
- Kotler, & Amstrong. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1 Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, & Armstrong. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall Twelfth Edition*. Pearson Education.
- Kurniawan, & Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Lipsey. (1995). *Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Mankiw. (2007). *MakroEkonomi Edition Six*. Jakarta: Erlangga.
- Miller, & Mainers. (2000). *Teori MikroEkonomika Intermediate*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Nasution, I. M. (2016). Analisis Permintaan Komoditas Kopi di Sumatera Utara. *Pascasarjana Universitas Negeri Medan*. Universitas Negeri Medan.

- Nopriyandi, & Haryadi. (2017). *Analisis Ekspor Kopi Indonesia*. Kota Jambi: Universitas Jambi.
- Persveranda. (2005). Analisis Permintaan Ekspor Kopi Daerah Nusa Tenggara Timur Oleh Jepang. *Tesis Program Studi Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*.
- Peter, & Olson. (n.d.). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen* (Ke 4 ed., Vol. Ke 2). Erlangga.
- Purba et al. (2021). *Ekonomi Internasional*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Purba, & Magdalena. (2017). Pengaruh Nilai Tukar Terhadap Ekspor dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Economics Research*.
- Purwandhini. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Komoditas Kopi Di Sumatera Utara*. Universitas Jember.
- Putong. (2005). *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Putra. (2021, July 9). *Indonesia Ekspor Kopi 379.354 Ton Selama 2020*. Retrieved from [merdeka.com: merdeka.com/uang/indonesia-ekspor-kopi-379354-ton-selama-2020.html](https://merdeka.com/merdeka.com/uang/indonesia-ekspor-kopi-379354-ton-selama-2020.html)
- Rahayu, & Utami. (2015). *Buku Ajar Teori Ekonomi Mikro*. Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Santoso, Riana, & Febri. (2013). Analisis Permintaan dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi di Indonesia. *Agricultural Socio-Economics Journal*.

- Satukanegeri.com. (2020, July 16). *Pandemi Covid-19, ekspor kopi gayo Aceh Tengah terhambat*. Retrieved from https://www.satukanegeri.co.id/post/25936/pandemi_covid-19_ekspor_kopi_gayo_aceh_tengah_terhambat
- Sugiyanto, & Romadhina. (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro dan Makro*. Banten: IKAPI.
- Sugiyono. (2011). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukirno. (2015). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suntoyo. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Surry. ((Dipetik pada tanggal 14 Agustus 2020)). *Permintaan Merosot, Ekspor Kopi Gayo Anjlok Hingga 70 Persen*. <https://www.antaranews.com/berita/1775725/permintaan-merosot-ekspor-kopi-gayo-anjlok-hingga-70-persen>.
- Suryawati. (2004). *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Jarnasy.
- Swastha, & Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta.
- Tambunan. (2001). *Perekonomian Indonesia Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono. (2014). *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Data Permintaan Kopi, Harga Kopi, Dan Nilai Kurs Di Aceh Dalam Periode 24 Bulan (2020-2021)

No.	Tahun	Bulan	Permintaan Kopi (Kg) - Y	Harga Kopi (Rp) – X ₁	Nilai Kurs (Rp) – X ₂
1	2020	Jan	949200	5202523,1	13662
2		Feb	591600	3233895,2	14234
3		Mar	1105200	6061552,1	16367
4		Apr	748910	3033135,4	15157
5		Mei	457200	2365181,9	14733
6		Jun	133200	645300	14302
7		Jul	921600	4402893,1	14653
8		Agu	1358400	6169106	14554
9		Sep	907500	3258498,1	14918
10		Okt	338000	1584104,8	14690
11		Nov	394200	1799499,2	14128
12		Des	1100400	4676293,5	14105
13	2021	Jan	848800	3556713,5	14084
14		Feb	756000	3076408,2	14229
15		Mar	1406000	5730113,7	14572
16		Apr	763500	3276497,4	14468
17		Mei	544500	2232688,6	14310
18		Jun	833040	3539981,9	14496
19		Jul	531600	2192956	14491
20		Agu	409200	1817222	14374
21		Sep	445500	2103232,3	14307
22		Okt	220800	1111496,9	14199
23		Nov	364800	1927037	14340
24		Des	784800	4536945,9	14269

Lampiran 2

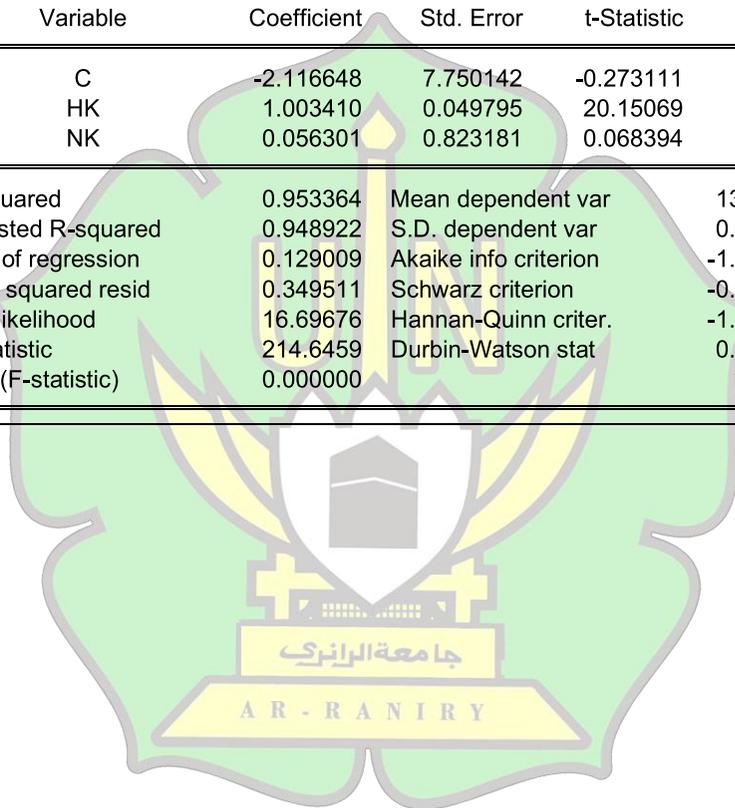
Data LN Permintaan Kopi, Harga Kopi, Dan Nilai Kurs Di Aceh Dalam Periode 24 Bulan (2020-2021)

No.	Tahun	Bulan	Permintaan Kopi (Kg) - Y	Harga Kopi (Rp) – X ₁	Nilai Kurs (Rp) – X ₂
1	2020	Jan	13,76337	15,46465	9,522374
2		Feb	13,29059	14,9892	9,563389
3		Mar	13,91554	15,61748	9,703022
4		Apr	13,52637	14,92511	9,626218
5		Mei	13,03288	14,67637	9,597845
6		Jun	11,79961	13,37747	9,568155
7		Jul	13,73387	15,29777	9,5924
8		Agu	14,12182	15,63506	9,585621
9		Sep	13,71845	14,99678	9,610324
10		Okt	12,7308	14,27553	9,594922
11		Nov	12,88461	14,40302	9,555914
12		Des	13,91118	15,35802	9,554285
13	2021	Jan	13,65158	15,08435	9,552795
14		Feb	13,5358	14,93927	9,563037
15		Mar	14,15626	15,56125	9,586857
16		Apr	13,54567	15,00229	9,579695
17		Mei	13,20762	14,61872	9,568714
18		Jun	13,63284	15,07963	9,581628
19		Jul	13,18365	14,60076	9,581283
20		Agu	12,92196	14,41282	9,573176
21		Sep	13,00695	14,55899	9,568504
22		Okt	12,30501	13,92122	9,560927
23		Nov	12,8071	14,47149	9,570808
24		Des	13,57318	15,32776	9,565845

Lampiran 3

Hasil Regresi Linier Berganda

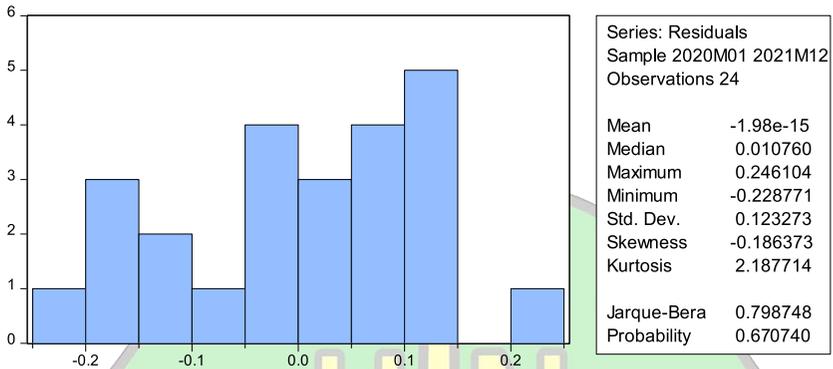
Dependent Variable: PK				
Method: Least Squares				
Date: 07/04/22 Time: 22:05				
Sample: 2020M01 2021M12				
Included observations: 24				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.116648	7.750142	-0.273111	0.7874
HK	1.003410	0.049795	20.15069	0.0000
NK	0.056301	0.823181	0.068394	0.9461
R-squared	0.953364	Mean dependent var		13.33153
Adjusted R-squared	0.948922	S.D. dependent var		0.570826
S.E. of regression	0.129009	Akaike info criterion		-1.141396
Sum squared resid	0.349511	Schwarz criterion		-0.994140
Log likelihood	16.69676	Hannan-Quinn criter.		-1.102329
F-statistic	214.6459	Durbin-Watson stat		0.930030
Prob(F-statistic)	0.000000			



Lampiran 4

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



2. Uji Multikolinieritas

Variance Inflation Factors			
Date: 07/04/22 Time: 22:13			
Sample: 2020M01 2021M12			
Included observations: 24			
Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	60.06470	86614.13	NA
HK	0.002480	790.4147	1.055581
NK	0.677627	89686.23	1.055581

3. Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:				
F-statistic	4.270457	Prob. F(2,19)	0.0294	
Obs*R-squared	7.442815	Prob. Chi-Square(2)	0.0242	
Test Equation:				
Dependent Variable: RESID				
Method: Least Squares				
Date: 07/04/22 Time: 22:13				
Sample: 2020M01 2021M12				
Included observations: 24				
Presample missing value lagged residuals set to zero.				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-10.32323	8.017513	-1.287585	0.2134
HK	0.033062	0.047032	0.702965	0.4906
NK	1.025128	0.833354	1.230124	0.2337
RESID(-1)	0.410527	0.226392	1.813349	0.0856
RESID(-2)	0.461564	0.292370	1.578697	0.1309
R-squared	0.310117	Mean dependent var	-1.98E-15	
Adjusted R-squared	0.164879	S.D. dependent var	0.123273	
S.E. of regression	0.112653	Akaike info criterion	-1.345963	
Sum squared resid	0.241122	Schwarz criterion	-1.100536	
Log likelihood	21.15156	Hannan-Quinn criter.	-1.280851	
F-statistic	2.135228	Durbin-Watson stat	2.158604	
Prob(F-statistic)	0.116020			

4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey				
F-statistic	1.890286	Prob. F(2,21)	0.1758	
Obs*R-squared	3.661486	Prob. Chi-Square(2)	0.1603	
Scaled explained SS	1.664774	Prob. Chi-Square(2)	0.4350	
Test Equation:				
Dependent Variable: RESID^2				
Method: Least Squares				
Date: 07/04/22 Time: 22:14				
Sample: 2020M01 2021M12				
Included observations: 24				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.855788	0.938306	-0.912056	0.3721
HK	0.009432	0.006029	1.564452	0.1327
NK	0.076220	0.099662	0.764786	0.4529
R-squared	0.152562	Mean dependent var	0.014563	
Adjusted R-squared	0.071854	S.D. dependent var	0.016212	
S.E. of regression	0.015619	Akaike info criterion	-5.364177	
Sum squared resid	0.005123	Schwarz criterion	-5.216920	
Log likelihood	67.37013	Hannan-Quinn criter.	-5.325110	
F-statistic	1.890286	Durbin-Watson stat	1.781581	
Prob(F-statistic)	0.175847			

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Lampiran 5

Titik Presentase Distribusi (df = 1 – 30)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518