

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pendapat

1. Pengertian Pendapatan

Menurut Jhingan dalam jurnal IES menyatakan bahwa pendapatan adalah penghasilan berupa uang selama periode tertentu.⁶ Pendapatan adalah peningkatan nilai uang, barang, atau jasa yang diterima sebagai hasil dari penggunaan modal, pemberian jasa individu, atau kombinasi keduanya.⁷ Menurut skousen dan stie pendapatan aliran masuk atau hasil dari pengiriman atau pembuatan barang, provider jasa atau pelaksanaan kegiatan primer atau kegiatan sampingan yang sedang berlangsung.⁸ Menurut Rudianto pendapatan adalah

⁶ Saumi rahmah,dkk, "Pengaruh pengelohan dan kualitas biji kopi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat (studi kasus petani kopi di desa datar lebar kecamatan semede darat ulu)", *jurnal ilmiah ekonomi syariah*, 2 no. 2, 2022. 165.

⁷Makdalena F. "Asmuruf pengaruh pendapatan dan jumlah penduduk terhadap pendapatan asli daerah (PAD) di kota sorong", *jurnal berkala ilmiah efisiensi*,15,no.5, 2015,734.

⁸Marcel Cristian pengkey,dkk, "perbandingan tingkat pendapatan petani kelapa di kabupaten minahasa selatan (studi kasus didesaa ongkaw dan desa tiniawangko kecamatan sinonsayang)" *jurnal berkala ilmiah efisiensi*, 16,no.2,2016, 234.

pertambahan modal perusahaan yang muncul dari penjualan produk perusahaan.⁹

Berdasarkan perspektif para ahli, sesuai yang telah dijelaskan di atas diberi kesimpulan bahwa pendapatan adalah imbalan atau uang yang didapatkan dari suatu hasil kerja, pendapatan juga merupakan harapan suatu perusahaan dalam menjalankan bisnis nya. Dalam dunia usaha jika semakin besar pendapatan yang diperoleh semakin besar juga sehingga kemampuan individu atau perusahaan untuk mendanai pengeluaran dan aktivitas yang direncanakan. Pendapatan dapat berasal dari investasi, royalti, sewa, donasi atau hibah, pendapatan lain yang artinya pendapatan dari sumber-sumber sesuai dengan usaha yang sedang di jalankan. Pendapatan pun jumlahnya tidak tetap. Adapula yang disebut dengan ekpektasi pendapatan yang artinya keyakinan seseorang terhadap pendapatan yang akan diperoleh dari usaha atau pekerjaan.

⁹Normawati, *analisis pendapatan pada CV. Tunas Harapan mebel dikecamatan makale kabupaten tana toraja*, Makale : Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja,2020,4.

2. Peningkatan pendapatan

Peningkatan pendapatan dalam dunia bisnis berarti mengarah pada peningkatan pendapatan (suatu nilai) dari pendapatan yang ada, hal ini tidak selamanya tentang penjualan atau kenaikan harga tetapi dapat juga berarti menurunkan biaya atau mengurangi inefisiensi.¹⁰ Peningkatan pendapatan juga dapat diartikan sebagai peningkatan yang dicapai dengan meningkatkan jumlah pajak yang disetorkan individu dan perusahaan.¹¹ Peningkatan pendapatan masyarakat adalah kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat untuk meningkatkan daya beli keluarga guna dalam pemenuhan kebutuhan dasar, kebutuhan sosial, dan kebutuhan lainnya yang tercermin dari peningkatan penghasilan.¹²

Dapat disimpulkan bahwa peningkatan pendapatan adalah meningkatnya suatu nilai atau hasil dari usaha suatu perusahaan akan tetapi peningkatan pendapatan tidak selamanya

¹⁰DealHub, "peningkatan pendapatan", <https://dealhub.io/glossary/revenue-enhancement/> (diakses 28 maret 2024)

¹¹Tim keuangan, "peningkatan pendapatan", <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/revenue-enhancement/> (diakses 28 maret 2024)

¹²Femy M. G. dan Very Y. Londa, "Peningkatan pendapatan masyarakat melalui program pemberdayaan di desa lolah II kecamatan tombiri kabupaten minahasa", (*jurnal LPPM bidang ekososbudkum* 2014), 1 no.1, 96.

berpatokan pada penjualan ataupun harga melainkan berkaitan dengan penurunan biaya.

3. Faktor- faktor yang mempengaruhi peningkatan pendapatan usaha kopi.

Faktor ini mencakup hal-hal seperti kualitas produk, pemasaran dan branding, tenaga kerja, kondisi pasar, harga yang kompetitif dan perubahan kebijakan pemerintah. Faktor ini memiliki pengaruh terhadap peningkatan pendapatan.

- a. Kualitas produk

Menurut (David A. Garvin 1988) dalam bukunya *Managing Quality* menyatakan bahwa salah satu dimensi yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah kualitas produk untuk meningkatkan pendapatan pada suatu perusahaan.¹³ Kualitas produk mengarah pada karakteristik yang diberikan kepada konsumen yang mencakup, daya tahan, desain, seberapa berkualitas suatu produk atau layanan. Dari kualitas produk konsumen mempertimbangkan kualitas produk sebagai salah satu aspek

¹³ David A. Garvin, *Managing Quality*, New York, Free press, 1988.182

penting sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut.¹⁴ Kualitas produk mampu menunjang keberhasilan suatu usaha, karena dapat mempengaruhi kepuasan pembeli dan reputasi usaha dari produk yang berkualitas tinggi dan memenuhi bahkan melampaui harapan konsumen cenderung lebih sukses dalam jangka panjang.

b. Pemasaran dan *branding*

Menurut Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Management* Pemasaran dan *branding* merupakan dua hal yang saling terkait dalam mempromosikan produk ataupun layanan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan.¹⁵ Pemasaran merupakan serangkaian tindakan atau langkah yang dilakukan untuk mengarahkan produk, baik itu barang maupun jasa kepada konsumen.¹⁶ Pemasaran mencakup berbagai strategi termasuk penetapan harga produk, riset pasar, promosi, distribusi, dan pelayanan. Tujuan utama dari pemasaran ini yaitu memenuhi kebutuhan

¹⁴Made virma permana, "peningkatan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk dan kualitas layanan", *jurnal dinamika manajemen*, 4, no.2, 2013, 117.

¹⁵ Philip Kotler, *Marketing Management*, Pearson Education, London, inggris, 1967, 26.

¹⁶Arias Aryanto, dkk, *Manajemen Pemasaran*, (widina : april 2023),4.

dan keinginan konsumen serta mencapai profitabilitas bagi perusahaan.

Branding merupakan strategi untuk menciptakan kesan positif yang tertanam di pikiran konsumen.¹⁷ Oleh karena itu para pelaku usaha harus memahami bahwa branding produk merupakan salah satu faktor penting yang perlu dimengerti dengan baik. Branding mencakup beberapa hal diantaranya merek, logo, warna, desain, slogan, Yang bertujuan untuk menciptakan identitas yang unik, menjadi pembeda dari produk pesaing, serta dapat membangun relasi komunikasi yang baik dengan konsumen

c. Tenaga kerja

Tenaga kerja sangat mempengaruhi produktifitas perusahaan menurut I putu Danendra salah satu faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan adalah tenaga kerja ini bertujuan untuk memenuhi permintaan konsumen.¹⁸

Tenaga kerja merujuk pada seluruh individu yang mampu

¹⁷Femi oktaviani, dkk, "penguatan produk umkm " calief" melalui strategi branding komunikasi", 1, no.2, 2018, 348.

¹⁸ I Putu dahendra putra dan I wayan sudirman, "pengaruh modal dan tenaga kerja terhadap pendapatan dengan lama usaha sebagai varieabel moderating", (E- jurnal EP Unud, 4[9], 2015,7.

dan bersedia bekerja, serta terlibat dalam aktivitas ekonomi dalam suatu negara atau organisasi, ini mencakup semua orang yang memiliki kemampuan fisik dan mental untuk melakukan pekerjaan, baik dalam sektor formal maupun informal, tenaga kerja adalah salah satu faktor produksi yang penting dalam proses ekonomi karena mereka berkontribusi dalam menciptakan barang dan jasa. Kompetensi yang harus dimiliki oleh tenaga kerja adalah kualitas dan keterampilan teknis maupun non-teknis, motivasi dan kinerja, pengembangan dan pelatihan.

d. Kondisi pasar

Menurut Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Management* ia mengemukakan bahwa pentingnya memahami struktur pasar, trend, dan dinamika yang mempengaruhi permintaan dan penawaran produk.¹⁹ Kondisi pasar adalah situasi yang tergambar dalam variasi indeks harga saham di pasar modal.²⁰ Kondisi pasar merujuk

¹⁹ Philip Kotler, *marketing management*, Pearson Education, London, Inggris, 1967, 94.

²⁰Rista maya, *pengaruh kondisi pasar, persentase saham yang ditawarkan, financial leverage, dan profitabilitas terhadap underpricing saham yang ipo di bei periode 2007-2011*, universitas negeri padang, 2013

pada situasi atau kondisi yang dapat mempengaruhi permintaan, harga, penawaran serta bagaimana perilaku pesaing di pasar tertentu. Para pelaku usaha harus mampu memahami situasi pasar yang sedang berlangsung karena merupakan bagian penting dari perencanaan bisnis dan strategi pemasaran suatu perusahaan.

e. Harga yang kompetitif

Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Management* juga mengemukakan bahwa menetapkan harga yang kompetitif merupakan salah satu aspek penting dalam bauran pemasaran.²¹ Harga merupakan jumlah estimasi yang diberikan oleh pelanggan sebagai imbalan untuk menggunakan produk atau layanan dengan tambahan keuntungan bagi penjual.²² Harga yang kompetitif tidak selamanya tentang harga terendah tetapi harga yang dapat mengimbangi antara nilai yang ditawarkan oleh produk atau layanan dengan harga yang telah ditetapkan.

²¹ Philip Kotler, *marketing management*, Pearson Education, London, inggris, 1967, 325.

²²Yogi nurfauzi, dkk, "Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk dan harga kompetitif, management studies and entrepreneurship", *journal.4*, no.1, 2023, 185.

Harga yang kompetitif terdiri dari perbandingan dengan pesaing dimana harga produk harus sebanding atau lebih rendah dari harga pesaing yang memiliki produk yang serupa, nilai yang diberikan artinya harga harus sejajar dengan nilai yang diberikan sehingga konsumen merasa bahwa harga yang diberikan sepadan dengan manfaat yang diterima, penciptaan keuntungan meskipun harga bersaing akan tetapi perusahaan harus tetap menghasilkan keuntungan untuk keberlangsungan suatu usaha, ketika menetapkan harga yang kompetitif pelaku usaha juga harus mampu mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti kualitas produk, pelayanan dan diferensiasi merk.

f. Perubahan kebijakan pemerintah

Menurut Steiner dalam buku *business government and society* mengemukakan bahwa kebijakan pemerintah memiliki dampak yang signifikan terhadap lingkungan bisnis, termasuk pendapatan dan kinerja usaha.²³ Perubahan kebijakan pemerintah mengarah pada perubahan dalam

²³ John F. Steiner, *business government and society, A management perspective*, New York, 1980. 325.

peraturan undang-undang atau kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah sehingga mempengaruhi berbagai aspek kehidupan ekonomi, sosial politik, dan lingkungan suatu negara. Perubahan kebijakan pemerintah meliputi perubahan pajak pemerintah dapat mengubah tarif pajak penghasilan suatu perusahaan ataupun individu, regulasi lingkungan peraturan lingkungan yang ketat dalam kebijakan ini dapat mempengaruhi operasi bisnis yang berdampak pada industry manufaktur, pertanian dan juga energi, perubahan dalam perdagangan internasional seperti tariff impor dan ekspor yang memiliki pengaruh bagi perusahaan yang berberak di pasar global.

4. Sumber-Sumber pendapatan

Dalam suatu perusahaan tentu memiliki suatu pendapatan adapun sumber pendapatan tersebut menurut suparmoko dalam Artman di bagi menjadi tiga bagian diantaranya:

- a. Dari konpensasi atau gaji , pendapatan seseorang setelah melakukan pekerjaan dalam periode waktu tertentu yang

dapat berupa bulanan, per permintaan, atau bahkan per harian.

- b. Dari usaha mandiri, pendapatan dari hasil transaksi barang atau jasa setelah mencakup total biaya produksi.
- c. Dari pendapatan tambahan, biasanya didapat diluar gaji dan usaha sendiri.²⁴

B. Usaha Kopi

1. Pengertian Usaha

Secara umum usaha adalah aktivitas yang mengarahkan upaya fisik, mental, atau emosional seseorang atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu, sedangkan dalam ilmu bisnis usaha adalah kegiatan perekonomian yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan.²⁵

Usaha adalah suatu entitas bisnis yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan dengan menggunakan

²⁴ Nurul khaeria,dkk, "Pendapatan dan beban", *jurnal ilmiah multidisiplin*, .2,no.2, januari 2023,2.

²⁵Undang-undang republic indonesia nomor 1 tahun 1987, 2.

modal sebagai investasi untuk mengoperasikan kegiatan bisnis.²⁶

Berdasarkan temuan sesuai dengan yang telah dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwa usaha adalah aktivitas yang dilakukan yang membutuhkan pengorbanan yang mencakup waktu, tenaga bahkan materi untuk mendapatkan suatu keuntungan, seperti halnya dalam dunia bisnis pendapatan menjadi penentu keberhasilan suatu usaha yang dijalankan. Usaha dapat dilakukan oleh perorangan, sekelompok orang bahkan badan usaha yang berkaitan dengan modal untuk membiayai setiap hal yang dibutuhkan dalam suatu kegiatan usaha. Setiap individu melakukan usaha untuk memanfaatkan modal mereka dengan maksimal guna mendapatkan hasil yang sebanyak mungkin.

2. Kopi

Kopi adalah minuman yang paling disukai baik dari segi produksi dan konsumsinya, menurut Fujioka dan

²⁶Yana Amelia Yunus, "pengaruh modal sendiri dan modal pinjam terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah", *journal of management*.4, 2, 2021,233

shibamoto kopi menepati urutan ke dua dari semua bahan makanan yang dikonsumsi dan diperdagangkan diseluruh dunia.²⁷

Kopi lokal adalah kopi yang diproduksi di suatu daerah atau negara tertentu, dengan ciri khas yang unik tergantung pada kondisi geografis, iklim, tanah, serta metode pengolahan yang digunakan di wilayah tersebut. Kopi lokal sering kali mempunyai aroma, rasa dan karakteristik yang membuatnya berbeda dari kopi yang lain. Konsumen serta pecinta kopi akan lebih sering mencari kopi lokal karena keunikan rasa serta alasan lainnya. Selain untuk dinikmati, kopi lokal juga dapat menjadi bagian penting dari identitas suatu budaya atau daerah bahkan negara. Dalam kegiatan produksi kopi lokal sering melibatkan petani kecil yang bekerja secara tradisional yang kadang menggunakan praktik pertanian berkelanjutan.

Kopi lokal juga memiliki peran yang sangat penting dari segi pendapatan ekonomi bagi komunitas lokal di suatu

²⁷Naeli Farhaty, Muchtaridi, tinjauan kimia dan aspek farmakologi senyawa asam klorogenat pada biji kopi : review, *Farmaka*, 14, no.1, 2016, 215.

daerah dimana kopi diproduksi, dengan mempromosikan serta memperdagangkan kopi lokal, baik secara domestik maupun internasional sehingga dapat membantu meningkatkan kesejahteraan para petani kopi dan memajukan ekonomi lokal.