



Pengaruh Harga Jual dan Luas Lahan Terhadap Penjualan Biji Kopi di Kampung Ambaidiru Distrik Kosiwo Kabupaten Kepulauan Yapen

Agoeng Karyanto

Ekonomi, Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ottow & Geissler Serui, Indonesia

Penulis Korespondensi: agungkelaautanansus@gmail.com

Abstract. *This research seeks to ascertain the influence of selling price on coffee bean sales, to explore the impact of land area on coffee bean sales, and to analyze the combined effect of both variables on coffee bean sales in Ambaidiru Village, Kosiwo District, Yapen Islands Regency. The study adopts a quantitative descriptive approach grounded in an associative causal design. The research population comprised 64 coffee farmers, from which a saturated sample (census) technique was utilized, taking all 64 respondents. Data collection was carried out through observation, structured interviews, library research, and questionnaires. Data processing was performed with the assistance of SPSS 26, encompassing instrument testing, multiple linear regression analysis, partial correlation, and multiple correlation tests. The findings reveal that the selling price exerts a positive and strong partial influence on coffee bean sales. Similarly, land area demonstrates a positive and moderately strong effect on coffee bean sales. When examined jointly, selling price and land area together produce a strong and significant impact on coffee bean sales with a multiple correlation coefficient of 0.681. Drawing on these results, local farmers and stakeholders are advised to establish competitive selling prices and optimize land utilization to sustainably improve coffee bean sales and economic welfare.*

Keywords: *Coffee Bean Sales; Land Area; Quantitative Research; Selling Price; SPSS.*

Abstrak. Riset ini dirancang guna mengidentifikasi dampak harga jual terhadap penjualan biji kopi, mengeksplorasi pengaruh luas lahan terhadap penjualan biji kopi, sekaligus menganalisis pengaruh kedua variabel tersebut secara bersama-sama terhadap penjualan biji kopi di Kampung Ambaidiru, Distrik Kosiwo, Kabupaten Kepulauan Yapen. Kajian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif deskriptif dengan desain asosiatif kausal. Populasi yang diteliti mencakup 64 petani kopi, dengan menggunakan teknik sampel jenuh (sensus) di mana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai responden. Pengumpulan data dilaksanakan dengan teknik observasi, wawancara terstruktur, studi pustaka, serta kuesioner. Pengolahan data memanfaatkan perangkat lunak statistik SPSS 26, yang mencakup pengujian instrumen, analisis korelasi parsial, regresi linear berganda, serta analisis korelasi berganda (simultan). Temuan penelitian menunjukkan bahwa harga jual memberikan pengaruh parsial yang positif dan kuat terhadap penjualan biji kopi. Sebaliknya, luas lahan terbukti berpengaruh positif dan agak kuat terhadap penjualan biji kopi. Ketika diuji secara simultan, kedua variabel harga jual dan luas lahan sama-sama menunjukkan pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap penjualan biji kopi dengan nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,681. Merujuk pada hasil temuan tersebut, para petani dan pihak terkait disarankan untuk memperhatikan penetapan harga jual yang kompetitif serta mengoptimalkan pemanfaatan luas lahan guna mendorong peningkatan penjualan biji kopi secara berkesinambungan.

Kata Kunci: Harga Jual; Kuantitatif; Luas Lahan; Penjualan Biji Kopi; SPSS.

1. LATAR BELAKANG

Manajemen pemasaran dan pengelolaan hasil usahatani merupakan elemen strategis yang sangat berperan dalam menentukan kesuksesan perekonomian masyarakat ketika berhadapan dengan dinamika serta perubahan pasar yang senantiasa berkembang. Swastha dan Irawan (2020) mengemukakan bahwa aktivitas penjualan adalah inti dari kegiatan ekonomi yang turut andil dalam mendorong pendapatan dan kesejahteraan melalui pemaksimalan nilai komoditas yang ditawarkan kepada pasar. Senada dengan pandangan tersebut, Kotler dan Armstrong (2021) mengungkapkan bahwa keberhasilan sebuah usaha sangat bergantung pada kapabilitas pelaku usaha dalam mengelola, memasarkan, sekaligus mempertahankan kualitas produk yang bernilai tinggi, sehingga sasaran ekonomi dapat tercapai secara maksimal. Mutu

komoditas pertanian menjadi faktor penentu keberhasilan perdagangan, mengingat seluruh rangkaian aktivitas agribisnis sangat bergantung pada tingkat penerimaan pasar. Dengan demikian, para pelaku usahatani dituntut untuk mengimplementasikan strategi pengelolaan komoditas yang efisien guna mendorong volume transaksi sekaligus mempertahankan tingkat kesejahteraan yang optimal..

Salah satu langkah strategis yang dapat diterapkan dalam pengoptimalan usahatani kopi ialah melalui pemahaman yang mendalam mengenai mekanisme penetapan harga jual. Tjiptono (2015) memaparkan bahwa harga jual merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi produsen, di mana ketepatan dalam menetapkan harga sangat menentukan tingkat penyerapan produk oleh pasar. Lebih lanjut, Hansen dan Mowen (2001) mengungkapkan bahwa penetapan harga yang kompetitif dapat memperkuat daya tarik produk, meningkatkan kesiapan produsen dalam merespons fluktuasi pasar, serta memperkuat posisi tawar petani terhadap para pembeli. Harga jual turut membuka peluang bagi produsen untuk mengukur tingkat keuntungan sejalan dengan tuntutan biaya produksi yang dikeluarkannya. Dengan demikian, kebijakan harga yang dirancang secara terstruktur dan rasional diharapkan dapat memacu semangat petani untuk senantiasa meningkatkan mutu dan volume hasil panennya.

Peningkatan nilai ekonomis melalui penyesuaian harga perlu diselaraskan dengan ketersediaan faktor produksi utama, yakni luas lahan garapan. Mubyarto (2014) mengemukakan bahwa tanah atau lahan merupakan faktor produksi terpenting dalam sektor pertanian yang menentukan kapasitas maksimal hasil panen. Di sisi lain, Rangkuti (2009) menerangkan bahwa luas lahan ialah dimensi spasial yang mencerminkan skala usaha usahatani, di mana semakin luas lahan yang dikelola secara efektif, semakin besar pula volume produksi yang dapat dihasilkan. Petani dengan skala penguasaan lahan yang memadai cenderung menunjukkan kapasitas produksi yang lebih besar serta sanggup memasok komoditas dalam jumlah yang lebih stabil ke pasar. Kondisi ini menunjukkan bahwa luas lahan adalah komponen vital penentu kapasitas penawaran yang patut mendapatkan atensi serius dalam analisis usahatani.

Tingkat ketersediaan lahan dan dinamika harga jual juga berkorelasi erat dengan volume penjualan komoditas di tingkat lokal. Soekir (2019) memaparkan bahwa penjualan hasil pertanian memberikan gambaran nyata terhadap keberhasilan sirkulasi produk dari produsen kepada konsumen akhir. Sejalan dengan pernyataan tersebut, Maryoni (2013) mengemukakan bahwa individu atau petani yang memiliki skala penguasaan lahan yang luas disertai insentif harga yang baik cenderung menunjukkan tingkat penjualan yang lebih tinggi. Kenyamanan

dan keuntungan yang dirasakan selama memasarkan hasil panen akan menumbuhkan motivasi bagi petani untuk mempertahankan aktivitas usahatani dalam rentang waktu yang panjang. Oleh sebab itu, analisis terhadap harga jual dan luas lahan dapat dijadikan sebagai strategi jitu dalam mendongkrak volume penjualan biji kopi.

Volume penjualan merupakan ukuran keberhasilan dalam menjaga kuantitas produk agribisnis agar terus terserap oleh pasar secara berkesinambungan. Sahrah (2018) mengemukakan bahwa kelancaran pemasaran hasil pertanian adalah elemen krusial dalam pengelolaan ekonomi pedesaan, mengingat kaitannya yang erat dengan upaya mempertahankan kelangsungan hidup petani. Fitriah menerangkan bahwa tingginya volume penjualan dapat membantu petani menekan risiko kerugian akibat fluktuasi harga, menjaga kestabilan pendapatan, sekaligus memelihara motivasi kerja dalam mengelola perkebunan. Tingkat penjualan yang optimal turut mengindikasikan bahwa usahatani mampu mewujudkan hasil yang memenuhi kebutuhan hidup petani, baik ditinjau dari aspek finansial maupun kesejahteraan keluarga. Oleh karena itu, volume penjualan menjadi salah satu indikator kesuksesan di bidang ekonomi pertanian.

Kampung Ambaidiru di Distrik Kosiwo, Kabupaten Kepulauan Yapen, mengemban peran strategis sebagai salah satu sentra utama penghasil komoditas kopi rakyat di wilayah dataran tinggi Papua. Di samping itu, Usman (2006) mengungkapkan bahwa karakteristik usahatani rakyat sangat bergantung pada skala kepemilikan lahan yang relatif sempit serta dinamika harga pasar lokal yang kerap berubah. Kompleksitas pengelolaan usahatani yang harus dijalankan menuntut petani untuk memiliki pemahaman mumpuni terhadap faktor-faktor penentu pemasaran guna mendukung tercapainya kesejahteraan yang optimal. Oleh karena itu, kajian mendalam mengenai harga jual dan luas lahan perlu dijadikan fokus utama agar petani mampu menjaga produktivitas komoditas unggulan tersebut.

Sejumlah penelitian terkait dampak harga jual dan luas lahan terhadap volume penjualan hasil pertanian hingga kini masih memperlihatkan hasil yang beragam dan dinamis pada berbagai wilayah maupun komoditas. Kondisi ini mengisyaratkan adanya celah penelitian (*research gap*) yang layak untuk ditelaah lebih mendalam, terutama pada komoditas perkebunan rakyat di wilayah Papua. Kampung Ambaidiru di Kabupaten Kepulauan Yapen berhadapan dengan tuntutan untuk meningkatkan taraf hidup petani, memperkuat kapasitas produksi, serta menjaga keberlanjutan usahatani kopi, yang kesemuanya membutuhkan dukungan analisis empiris yang akurat. Keberhasilan petani dalam mengelola harga dan lahan menjadi faktor krusial guna memastikan kelancaran pemasaran sekaligus mendukung peningkatan pendapatan. Bertolak dari kondisi tersebut, penelitian ini dilaksanakan guna

menguji pengaruh harga jual terhadap penjualan biji kopi, pengaruh luas lahan terhadap penjualan biji kopi, serta kontribusi simultan dari harga jual dan luas lahan terhadap penjualan biji kopi di Kampung Ambaidiru, Distrik Kosiwo, Kabupaten Kepulauan Yapen.

2. KAJIAN TEORITIS

Kerangka pemikiran teoretis dalam penelitian ini mengarahkan pada pemahaman bahwa dinamika pemasaran hasil pertanian sangat dipengaruhi oleh aspek ekonomi harga dan kapasitas produksi lahan. Berdasarkan tinjauan teoretis yang dikemukakan oleh Tjiptono (2015), harga jual merupakan satuan moneter yang dibebankan atas suatu produk, di mana harga menjadi satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan, sementara elemen lainnya menimbulkan biaya. Hansen dan Mowen (2001) memperkuat pandangan tersebut dengan menyatakan bahwa harga jual mencerminkan nilai tukar yang disepakati antara penjual dan pembeli dalam transaksi pasar. Harga jual yang kompetitif memberikan daya tarik serta insentif ekonomi bagi petani untuk meningkatkan volume pemasaran hasil panennya di Kampung Ambaidiru, Distrik Kosiwo, Kabupaten Kepulauan Yapen.

Selain aspek harga, kapasitas produksi usahatani sangat ditentukan oleh ketersediaan faktor produksi lahan. Mubyarto (2014) menerangkan bahwa tanah atau lahan merupakan faktor produksi paling fundamental dalam sektor pertanian karena menjadi tempat di mana tanaman tumbuh dan hasil usahatani dikeluarkan. Pendapat ini sejalan dengan pandangan Hernanto (1996), yang menyatakan bahwa luas lahan garapan berfungsi sebagai penentu kapasitas produksi total yang secara langsung membatasi atau menentukan jumlah ketersediaan komoditas untuk dipasarkan setiap musim panen. Rangkuti (2009) juga menambahkan bahwa penguasaan luas lahan yang memadai akan memberikan keleluasaan bagi petani untuk memperbesar skala produksi dan meningkatkan volume komoditas yang siap dijual.

Aktivitas pemasaran dan distribusi komoditas tersebut bermuara pada kegiatan penjualan. Swastha dan Irawan (2020) mendefinisikan penjualan sebagai ilmu dan seni mempengaruhi perilaku orang lain agar bersedia membeli produk yang ditawarkan melalui proses pertukaran nilai. Kotler dan Keller (2016) menguatkan bahwa penjualan melibatkan serangkaian proses pemenuhan kebutuhan pembeli dengan memperoleh imbalan setara berupa uang. Khusus dalam lingkup agribisnis, Soekir (2019) menjelaskan bahwa penjualan hasil pertanian adalah perpindahan hak kepemilikan komoditas dari produsen (petani) kepada konsumen atau pedagang dengan memerhatikan karakteristik produk yang bersifat musiman.

Melalui landasan teoretis ini, harga jual dan luas lahan memiliki hubungan fungsional yang positif terhadap penjualan biji kopi, baik secara parsial maupun simultan, sehingga menjadi dasar logis dalam menjelaskan variasi tingkat penjualan di wilayah penelitian tersebut.

3. METODE PENELITIAN

Studi ini mengadopsi metode riset kuantitatif deskriptif dengan desain asosiatif kausal guna mengkaji pengaruh Harga Jual dan Luas Lahan terhadap Penjualan Biji Kopi di Kampung Ambaidiru, Distrik Kosiwo, Kabupaten Kepulauan Yapen. Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa pendekatan kuantitatif sangat tepat diterapkan dalam kajian manajemen dan agribisnis karena sanggup menyajikan informasi dalam bentuk numerik yang diuji secara objektif melalui analisis statistik, sehingga keterkaitan antarvariabel dapat dibuktikan secara empiris. Populasi penelitian mencakup seluruh petani kopi di wilayah tersebut yang berjumlah 64 orang (Usman, 2006). Penetapan sampel dilakukan menggunakan metode sampel jenuh (*sensus*), di mana seluruh anggota populasi sebanyak 64 petani dijadikan sebagai responden penelitian (Sugiyono, 2001; Singarimbun & Effendi, 1995).

Informasi yang dimanfaatkan dalam riset ini meliputi data primer dan data sekunder. Demi mendapatkan informasi yang menyeluruh serta selaras dengan situasi nyata di lokasi studi, teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi langsung, wawancara terstruktur, studi kepustakaan, serta penyebaran kuesioner kepada responden. Instrumen penelitian dirancang berdasarkan indikator pada masing-masing variabel: Variabel Harga Jual (X1) diukur melalui indikator faktor biaya produksi serta mekanisme permintaan dan penawaran pasar (Hansen & Mowen, 2001); Variabel Luas Lahan (X2) diukur melalui skala luas bidang garapan dalam satuan hektar (Rangkuti, 2009); dan Variabel Penjualan (Y) diukur melalui indikator jumlah volume biji kopi yang berhasil dijual dalam satu musim panen dalam satuan kilogram (Swastha & Irawan, 2020; Soekir, 2019).

Prosedur pengolahan data dalam studi ini dilaksanakan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS 26 guna menghasilkan temuan yang akurat serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Proses pemeriksaan data dimulai dengan validasi instrumen melalui uji validitas (membandingkan *r hitung* dengan *r table* sebesar 0,246 pada taraf signifikansi 5%) dan uji reliabilitas (menggunakan Cronbach's Alpha) untuk menjamin bahwa setiap butir pernyataan sanggup menilai konstruk penelitian secara ajek (Mangkuatmojo, 2004). Tahap berikutnya melibatkan penerapan analisis korelasi parsial untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen, serta analisis korelasi berganda untuk mengukur dampak gabungan secara simultan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Statistik Deskriptif dan Karakteristik Responden

Pemeriksaan statistik deskriptif dimanfaatkan guna menyajikan gambaran menyeluruh perihal profil data penelitian, mencakup sebaran usia, tingkat pendidikan, harga jual, luas lahan, hingga volume penjualan petani kopi di Kampung Ambaidiru, Distrik Kosiwo, Kabupaten Kepulauan Yapen. Berdasarkan tabulasi data lapangan terhadap 64 responden, karakteristik usia petani mayoritas berada pada rentang usia produktif 25 hingga 40 tahun sebanyak 31 orang (48,44%), dan tingkat pendidikan sebagian besar tamatan SD/SR sebanyak 24 orang (37,50%). Pada variabel harga jual, mayoritas petani memasarkan biji kopi pada kisaran Rp15.000 hingga Rp16.000 per kilogram. Untuk variabel luas lahan, sebagian besar petani mengelola lahan seluas 0,25 hingga 0,50 hektar sebanyak 43 orang (67%). Adapun tingkat penjualan biji kopi terbanyak berada pada kisaran 290 hingga 600 kilogram per tahun yang dicapai oleh 41 petani (64,06%).

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Validasi instrumen dimanfaatkan guna mengetahui seberapa efektif alat ukur studi sanggup menilai konstruk yang menjadi sasaran pengukuran. Berdasarkan pengujian validitas menggunakan SPSS 26, seluruh butir kuesioner untuk variabel Harga Jual (X1), Luas Lahan (X2), dan Penjualan (Y) mempunyai angka *r hitung* yang melebihi ambang batas *r tabel* (0,246) dengan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan sah dan valid. Evaluasi reliabilitas yang diukur melalui nilai *Cronbach's Alpha* menunjukkan angka sebesar 0,650 untuk Harga Jual, 0,762 untuk Luas Lahan, dan 0,516 untuk Penjualan, yang mengindikasikan bahwa seluruh instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang memadai untuk dipergunakan dalam analisis penelitian.

Tabel 1. Ringkasan Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.

Variabel	Jumlah Item	<i>r hitung</i>	<i>r tabel</i>	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga Jual (X1)	5	$> 0,246$	0,246	0,650	Valid & Reliabel
Luas Lahan (X2)	5	$> 0,246$	0,246	0,762	Valid & Reliabel
Penjualan (Y)	5	$> 0,246$	0,246	0,516	Valid & Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 26 (2026).

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (Harga Jual dan Luas Lahan) terhadap variabel terikat (Penjualan Biji Kopi). Berdasarkan hasil pengolahan data statistik menggunakan program SPSS 26, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Berdasarkan hasil analisis tersebut, diperoleh nilai konstanta dan koefisien regresi yang menunjukkan arah serta besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen di lokasi penelitian. Koefisien regresi berarah positif menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada harga jual dan luas lahan akan diikuti pula oleh peningkatan volume penjualan biji kopi.

Uji Hipotesis (Uji Parsial dan Simultan)

Uji statistik dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian melalui uji parsial (uji-t) dan uji simultan (uji-F) pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). (1) Pengaruh Harga Jual Terhadap Penjualan Biji Kopi: Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 26, diperoleh nilai r hitung parsial sebesar 0,782 dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa harga jual secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan biji kopi di Kampung Ambaidiru. (2) Pengaruh Luas Lahan Terhadap Penjualan Biji Kopi: Berdasarkan hasil uji parsial, diperoleh nilai r hitung sebesar 0,461 dengan taraf signifikansi $< 0,05$, yang menunjukkan bahwa luas lahan garapan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap penjualan biji kopi. (3) Pengaruh Simultan (Uji F / Korelasi Berganda): Pengujian secara simultan menghasilkan nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,681 dengan F -hitung sebesar 17,985 dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Angka ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama, harga jual dan luas lahan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan biji kopi di Kampung Ambaidiru.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Harga Jual Terhadap Penjualan Biji Kopi

Program penetapan harga jual merupakan instrumen ekonomi yang diterapkan petani guna memperoleh imbalan finansial atas komoditas yang dipasarkannya. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa harga jual mempunyai keterkaitan yang bersifat positif dan kuat terhadap penjualan biji kopi, dengan perolehan koefisien korelasi parsial sebesar 0,782. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa tingkat harga yang berlaku di Kampung Ambaidiru, Distrik Kosiwo, Kabupaten Kepulauan Yapen, memberikan insentif ekonomi yang sangat menentukan bagi petani dalam melepas hasil panennya ke pasar. Ketika harga jual berada pada tingkat yang wajar dan kompetitif, petani terdorong untuk menyalurkan seluruh hasil

produksinya guna mendapatkan keuntungan maksimal. Temuan ini selaras dengan pandangan Sahrah (2018) serta Tjiptono (2015), yang menegaskan bahwa harga jual memegang peranan strategis sebagai stimulus utama dalam menggerakkan volume transaksi dan pemasaran hasil pertanian.

Karakteristik petani kopi di wilayah penelitian yang sebagian besar berada pada usia produktif menunjukkan kepekaan yang tinggi terhadap dinamika harga pasar. Situasi semacam ini membuat petani cermat dalam memperhitungkan biaya pemeliharaan dengan hasil penerimaan yang akan diperoleh. Meskipun dihadapkan pada keterbatasan akses distribusi, harga jual yang kompetitif tetap menjadi daya tarik utama yang memotivasi petani untuk menjaga kelangsungan usahatani. Temuan ini sejalan dengan pemikiran Hansen dan Mowen (2001) serta Swastha dan Irawan (2020), yang mengemukakan bahwa kebijakan harga yang tepat tidak hanya mendatangkan pendapatan bagi produsen, tetapi juga memperkuat stabilitas pasar lokal.

Pengaruh Luas Lahan Terhadap Penjualan Biji Kopi

Luas lahan garapan merupakan faktor produksi fundamental yang mencerminkan skala usahatani serta menentukan kapasitas maksimal hasil panen. Hasil investigasi memperlihatkan bahwa luas lahan garapan memberikan pengaruh parsial yang positif dan agak kuat terhadap penjualan biji kopi, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,461. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin luas areal perkebunan kopi yang dikelola oleh petani di Kampung Ambaidiru, semakin besar pula volume produksi buah kopi yang dihasilkan, sehingga kuantitas biji kopi yang dapat dijual ke pasar menjadi semakin meningkat. Luas lahan yang mayoritas berada pada skala 0,25 hingga 0,50 hektar berfungsi sebagai pembatas sekaligus penentu kapasitas penawaran komoditas setiap musim panen. Hasil penelitian ini memperkuat teori ekonomi produksi serta konsisten dengan hasil kajian Maryoni (2013) dan Mubyarto (2014), yang menyimpulkan bahwa skala penguasaan lahan berbanding lurus terhadap peningkatan volume penjualan komoditas pertanian.

Penguasaan luas lahan yang memadai memberikan keleluasaan bagi petani untuk menerapkan teknik budidaya yang lebih optimal. Keterbatasan skala kepemilikan lahan di wilayah dataran tinggi Papua kerap menjadi tantangan tersendiri dalam mendongkrak produktivitas total. Kendati demikian, pemanfaatan lahan yang dikelola secara intensif terbukti mampu memberikan kontribusi nyata terhadap ketersediaan stok biji kopi di tingkat petani. Temuan ini diperkuat oleh pandangan Hernanto (1996) dan Rangkuti (2009), yang menegaskan bahwa optimalisasi faktor produksi lahan merupakan prasyarat mutlak dalam meningkatkan daya saing dan volume pemasaran hasil usahatani.

Pengaruh Simultan Harga Jual dan Luas Lahan Terhadap Penjualan Biji Kopi

Harga jual yang kompetitif dan luas lahan garapan yang memadai merupakan dua faktor strategis yang saling bersinergi dalam menentukan keberhasilan pemasaran komoditas agribisnis. Mengacu pada temuan empiris, kedua peubah tersebut secara kolektif terbukti memberikan dampak positif dan signifikan terhadap penjualan biji kopi di Kampung Ambaidiru, Distrik Kosiwo, Kabupaten Kepulauan Yapen, dengan nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,681. Hasil investigasi ini menunjukkan bahwa keputusan petani dalam memasarkan hasil panen bukanlah semata-mata didorong oleh unsur tunggal, melainkan akumulasi dari interaksi antara insentif harga pasar dan kapasitas produksi lahan yang memadai. Petani yang memiliki lahan cukup luas serta menikmati tingkat harga jual yang menguntungkan akan memiliki kapasitas dan motivasi tertinggi dalam meningkatkan volume penjualan biji kopinya. Kajian ini selaras dengan temuan Soekir (2019) dan Kotler dan Keller (2016), yang mempertegas bahwa keberhasilan volume penjualan sangat bergantung pada perpaduan harmonis antara strategi penetapan harga dan ketersediaan kapasitas produk

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dikemukakan, dapat ditarik kesimpulan bahwa harga jual dan luas lahan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan biji kopi di Kampung Ambaidiru, Distrik Kosiwo, Kabupaten Kepulauan Yapen. Harga jual memberikan pengaruh parsial yang kuat dan positif dengan nilai koefisien korelasi 0,782, yang mengindikasikan bahwa tingkat harga di tingkat petani menjadi insentif utama penentu volume transaksi. Sementara itu, luas lahan memberikan pengaruh parsial yang positif dan agak kuat sebesar 0,461, yang mencerminkan peran tanah sebagai faktor penentu kapasitas produksi. Secara simultan, harga jual dan luas lahan menghasilkan koefisien korelasi berganda sebesar 0,681 pada kategori cukup kuat, yang membuktikan bahwa perpaduan kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu mendongkrak volume penjualan biji kopi secara optimal.

Saran

Bertolak dari butir-butir kesimpulan di atas, diserahkan beberapa rekomendasi praktis sebagai berikut: (1) Kepada Petani Kopi: Disarankan agar para petani di Kampung Ambaidiru dapat mengoptimalkan pengelolaan lahan perkebunan secara intensif serta mencermati momentum penjualan saat harga pasar berada pada tingkat yang wajar, sehingga pendapatan dan volume penjualan biji kopi dapat ditingkatkan secara maksimal. (2) Kepada Peneliti

Selanjutnya: Peneliti pada masa mendatang diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah pengamatan serta melibatkan variabel-variabel penunjang lainnya di luar model penelitian ini, seperti biaya produksi, akses terhadap lembaga pembiayaan, penerapan teknologi pascapanen, dan jalur distribusi pemasaran guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. (3) Kepada Pihak Akademis dan Instansi Terkait: Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi ilmiah dan dokumentasi bagi institusi pendidikan tinggi serta bahan masukan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pengembangan ekonomi kerakyatan dan tata niaga komoditas kopi di Kabupaten Kepulauan Yapen.

DAFTAR REFERENSI

- Alma, Buchari. (2021). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Edisi Revisi). Bandung: Alfabeta.
- Basu Swastha, D. H. (2018). *Azas-azas marketing* (edisi revisi). Yogyakarta: penerbit Liberty.
- Daryono. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Cv Yrama Widya. Bandung.
- Gustiawan. 2004. *Analisis Pendapatan Usaha Tani Untuk Produk Pertanian*. Jakarta. Salemba
- Hansen, D. R., Mowen, M. M., & Heitger, D. L. (2021). *Akuntansi Manajerial* (Edisi 8, Jilid 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Harini. 2008. *Penetapan Harga, Ekonomi Makro Pengantar*. PT Gramedia
Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kasmir. (2022). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Edisi Revisi). Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Edisi 17).
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2025). *Marketing Management* (17th Global ed.). Pearson Education Limited.
- Mulyadi. 2011. *Sistem Akuntansi*. STIE YKPN. Yogyakarta.
- Reksoprayitno. 2014. *Ekonomi Makro, Pengantar Analisis Pendapatan Nasional*. Yogyakarta. Liberty
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Andi Offset.
- Tjiptono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RAD*. Alfa Alfabeta. Bandung