

**PENGARUH PERSEPSI HARGA KOPI TERHADAP DAYA
BELI MASYARAKAT DESA MENURUT TEORI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
dalam Ilmu Ekonomi Syariah



**OLEH:
ZUL CHAIRI
NIM : 21681053**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
2025**

PENGAJUAN SKRIPSI

Hal : Pengajuan Skripssi

Kepada

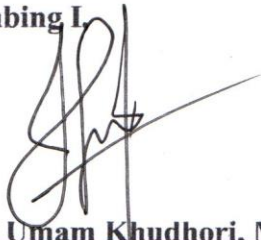
Yth. Ketua Program Studi di-Curup

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Setelah diadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi saudara **Zul Chairi (21681053)** mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Curup yang berjudul: **“PENGARUH PERSEPSI HARGA KOPI TERHADAP DAYA BELI MASYARAKAT DESA MENURUT TEORI ISLAM”**, sudah dapat diajukan dalam Munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Demikian permohonan ini kami ajukan. Terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pembimbing I,



Khairul Umam Khudhori, M.E.I

NIP. 199007252018011001

Curup, 4 Agustus 2025

Pembimbing II,



Fitmawati, M.E

NIP. 198903242025212008

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zul Chairi

Nim : 21681053

Fakultas : Syariah

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga Kopi terhadap Daya Beli Masyarakat
Desa Menurut Teori Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini bukan merupakan karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau menjadi rujukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan sebagai semestinya.

Curup, 4 Agustus 2025



Zul Chairi

NIM. 21681053



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan Dr. AK Gani NO. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kode Pos 39119
Website : iaincurup.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : 532 /In.34/F.S/I/PP.00.9/09/2025

Nama : Zul Chairi
NIM : 21681053
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syari'ah
Judul : **PENGARUH PERSEPSI HARGA KOPI TERHADAP DAYA BELI MASYARAKAT DESA MENURUT TEORI ISLAM**

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

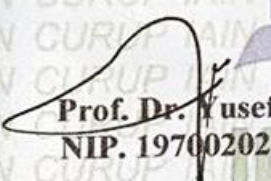
Hari/Tanggal : Jumat, 22 Agustus 2025
Pukul : 13.30 s/d 15.00 WIB
Tempat : Ruang 2 Gedung Munaqasyah

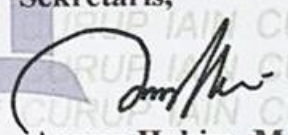
Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.E) dalam bidang Ilmu Ekonomi Syariah.

TIM PENGUJI

Ketua,

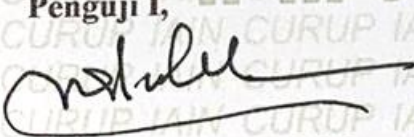
Sekretaris,

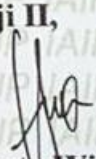

Prof. Dr. Yusefri, M.Ag
NIP. 19700202 199803 1 007


Anwar Hakim, M.H
NIP. 19921017 202012 1 003

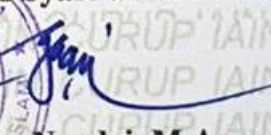
Penguji I,

Penguji II,


Dr. M. Sholihin, M.S.I
NIP. 19840218 201903 1 005


Harianto Wijaya, M.,M.E
NIPK. 19900720 202321 1 024

**Mengesahkan
Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam**



Dr. Ngadri, M.Ag
NIP. 19690206 199503 1 001

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warohmatulahi wabarakatuh

Alhamdulillah hirabbil'alamiin, puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya berupa kesehatan, kesempatan, kekuatan, dan kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga tercurah untuk Nabi besar Muhammad SAW, karena berkat beliau hingga saat ini kita berada di zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Adapun skripsi ini berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga Kopi Terhadap Daya Beli Masyarakat Desa Menurut Teori Islam”** yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat sarjana (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tanpa ada dorongan dan bantuan berbagai pihak, maka tidak mungkin terselesainya skripsi ini sehingga bukan semata-mata hasil usaha peneliti sendiri. Untuk itu dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang memberikan sumbangsih dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I, Selaku Rektor IAIN Curup.
2. Bapak Prof. Dr. Yusefri, M.Ag. selaku Wakil Rektor I.
3. Bapak Dr. M. Istan, M.Pd., MM. selaku Wakil Rektor II.
4. Bapak Dr. H. Nelson, M.Pd.I. selaku Wakil Rektor III.
5. Bapak Dr. Ngadri, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
6. Ibu Fitmawati, M.E selaku ketua program studi Ekonomi Syariah.
7. Bapak Dr. M. Sholihin, S.E.I., M.Si selaku Pembimbing Akademik.
8. Bapak Khairul Umam Khudhori, M.E.I sebagai pembimbing I yang telah banyak membimbing peneliti dan mengarahkan peneliti dalam penulisan skripsi ini.

9. Ibu Fitmawati, M.E selaku pembimbing II yang telah mengarahkan dan memberikan saran terbaik dalam penulisan skripsi ini.
10. Seluruh dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam yang telah sabar dalam memberikan ilmu pengetahuan kepada saya.

Terimakasih atas segala bantuan yang diberikan serta kebaikan semua pihak dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini. Peneliti telah berusaha semaksimal mungkin dalam penulisan skripsi ini, maka dari itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang sifatnya dapat membangun, sehingga dapat memperbaiki yang kurang pas serta dapat meningkatkan kualitas karya-karya selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Rejang Lebong, 16 Juli 2025

Zul Chairi

Nim. 21681053

MOTTO

**“Maka Sesungguhnya Bersama Kesulitan Itu Ada Kemudahan
Sesungguhnya Bersama Kesulitan Itu Ada Kemudahan”**

(Qs. Al-Insyirah: 5-6)

**“Keberhasilan Adalah Perjalanan Panjang Dari Satu Kegagalan Ke
Kegagalan Berikutnya Tanpa Kehilangan Semangat”**

(Winston Churchill)

~Zul Chairi~

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirohim

Puji serta Syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-NYA saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan penuh rasa bangga saya persembahkan karya ini untuk orang-orang tersayang yaitu:

1. Kedua orang tua Ayah (Arbali) dan ibu (Kamasia) yang sangat saya cintai dan sayangi, perjuangannya sangatlah besar dari saya kecil hingga sekarang, terima kasih telah mendidik, membesarkan, merawat, membimbing, serta selalu memberikan doa yang tulus dan dukungan yang terus diberikan selama saya menempuh Pendidikan.
2. Adik saya, Radit dan Ponakan saya Urwah Nusaibah Alka terima kasih atas dukungan dan semangat yang kalian berikan. Semoga keluarga kita selalu diberkahi kemudahan dan kebahagiaan.
3. Kepada pembimbing yang tak henti lelah nya dalam membimbing saya, Bapak Khairul Umam Khudhori, M.E.I dan Ibu Fitmawati, ME sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Kepada Ibu Lurah Air Duku dan Masyarakat Air Duku yang selalu memberikan dukungan serta mengizinkan saya dalam proses melaksanakan penelitian sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh anak kelas B yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu terima kasih atas dukungan serta bantuan selama masa perkuliahan.
6. Teman seangkatan KKN dan PPL yang tidak dapat disebutkan satu per satu terima kasih atas dukungan selama KKN dan PPL.
7. Almamater Institut Agama Islam Negri (IAIN) Curup serta semua pihak yang turut memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Terakhir untuk diri saya sendiri, terimakasih karena telah berusaha sebaik mungkin dan tetap bertahan dalam keadaan apapun dan menjalani proses skripsi ini penuh dengan semangat serta senyuman. Pencapaian ini adalah bukti kerja keras yang patut dibanggakan.

ABSTRAK

Zul Chairi (21681053), judul skripsi “**Pengaruh Persepsi Harga Kopi terhadap Daya Beli Masyarakat Desa Menurut Teori Islam**”. Program studi Ekonomi Syariah, Angkatan 2021 IAIN Curup.

Persepsi harga kopi yang fluktuatif berdampak langsung pada pendapatan masyarakat desa, terutama petani yang menggantungkan hidup pada komoditas tersebut. Dalam perspektif ekonomi Islam, kestabilan harga merupakan unsur penting untuk menjaga keadilan dan kemaslahatan dalam bermuamalah, karena ketidakstabilan harga berpotensi menimbulkan ketimpangan ekonomi dan melemahkan daya beli masyarakat. Kondisi ini bertentangan dengan prinsip keseimbangan dan keadilan yang menjadi dasar dalam Islam. Oleh sebab itu, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga kopi terhadap daya beli masyarakat desa dengan menggunakan sudut pandang teori ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier sederhana. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 32 responden petani kopi di Kelurahan Air Duku, Kecamatan Selupu Rejang, Kabupaten Rejang Lebong. Analisis dilakukan menggunakan bantuan software SPSS, dengan uji-t untuk melihat pengaruh parsial dan uji koefisien determinasi (R^2) guna melihat seberapa besar kontribusi persepsi harga terhadap daya beli masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga kopi memiliki pengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat, terutama bagi petani yang sangat bergantung pada komoditas ini sebagai sumber pendapatan utama. Analisis regresi linier sederhana memperlihatkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$) dan koefisien regresi 0,369, artinya setiap kenaikan persepsi harga kopi sebesar satu satuan akan meningkatkan daya beli sebesar 0,369 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Selain itu, uji t menunjukkan nilai t hitung 3,593 lebih besar dari t tabel, sehingga dapat dipastikan pengaruh tersebut nyata. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,301 menandakan bahwa 30,1% variasi daya beli masyarakat dipengaruhi oleh persepsi harga kopi, sedangkan sisanya 69,9% ditentukan oleh faktor lain seperti inflasi, pendapatan, dan kondisi ekonomi makro. Hal ini menegaskan pentingnya kebijakan pengelolaan harga yang adil agar tidak merugikan produsen maupun konsumen, sejalan dengan prinsip ekonomi Islam yang menekankan keseimbangan dan kemaslahatan umat.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Daya Beli, Ekonomi Islam

DAFTAR ISI

PENGAJUAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Penelitian Terdahulu	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Kerangka Teori.....	16
1. Pengertian Persepsi Harga	16
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga.....	22
3. Indikator Persepsi Harga.....	23
4. Pengertian Daya Beli.....	25
5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Beli.....	27
6. Indikator Daya Beli.....	29
B. Kerangka Pemikiran	33
C. Hipotesis.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Subjek Penelitian	36

C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
1. Populasi Penelitian.....	37
2. Sampel Penelitian	37
D. Jenis Data.....	39
G. Teknik Pengumpulan Data	40
H. Teknik Analisis Data.....	42
1. Uji validitas dan Uji Reliabilitas	42
2. Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Hasil Penelitian.....	48
1. Uji validitas dan Uji Reliabilitas	48
2. Uji Hipotesis	51
C. Pembahasan.....	56
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Harga Kopi di Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu	6
Tabel 3.1 <i>Skala Likert</i>	41
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel X (Persepsi Harga)	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Daya Beli)	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	52
Tabel 4.6 Hasil Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	53
Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	34
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	SK Pembimbing.....	67
Lampiran 2	SK Penelitian	68
Lampiran 3	SK Selesai Penelitian.....	69
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas Variabel X.....	70
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	73
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	75
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	76
Lampiran 8	Hasil Uji Normalitas	77
Lampiran 9	Data Mentah Uji Regresi Linier Sederhana dan Persial (Uji T)....	78
Lampiran 10	Hasil Uji Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	79
Lampiran 11	Hasil Uji Hasil Persial (Uji T)	80
Lampiran 12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	81
Lampiran 13	Data Mentah Kuesioner Variabel X	82
Lampiran 14	Data Mentah Kuesioner Variabel Y	83
Lampiran 15	Instrumen Penelitian	84
Lampiran 15	Dokumentasi.....	88

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah Negara agraris, yang terletak di Asia Tenggara dan beriklim tropis, menjadikan tanah di Indonesia menjadi sangat subur. sumber daya alam beraneka ragam dan berlimpah. Di negara agraris, pertanian mempunyai peranan yang sangat penting selain menunjang pemenuhan kebutuhan pokok, selain itu pertanian berperan besar dalam mendongkrak sektor sosial, sektor perekonomian dan perdagangan. Sebagian besar pekerjaan mayoritas masyarakat Indonesia bekerja sebagai petani. Pertanian adalah sektor pekerjaan yang kerap kali dipandang sebelah mata di Indonesia karena identik dengan kemiskinan dan pendapatan rendah. Hal ini cukup memprihatinkan karena sebenarnya, pertanian merupakan sektor penting untuk mendukung terwujudnya perekonomian yang stabil dan ketahanan pangan dalam negeri.¹

Survei Ekonomi Pertanian 2024 atau September 2024 merupakan bagian dari statistik 2023 lanjutan. September 2024 salah satunya bertujuan untuk memperoleh data aspek ekonomi dari unit usaha pertanian, mencakup pendapatan pengeluaran struktur ongkos, serta indikator kesejahteraan dari unit usaha pertanian di Indonesia. Menurut publikasi terbaru BPS, per Agustus 2024, pertanian menjadi lapangan usaha penyerap tenaga kerja terbanyak di

¹ Geraldo Manaroinson, Masje Silija Pangkey, and Rully Mambo, "Pemberdayaan Masyarakat Petani Sayur Di Desa Palelon Kecamatan Modoinding". *Jurnal Administrasi Publik* 9, no.3 (2023): 224

Indonesia. Pertanian, kehutanan, dan perikanan menyerap tenaga kerja sebanyak 28,18% dari keseluruhan pekerja Indonesia. Melansir dari BPS, jumlah pekerja per Agustus 2024 adalah 144,64 juta orang. Jika 28,18% dari keseluruhan pekerja tersebut bekerja di bidang pertanian, kehutanan, dan perikanan, berarti terdapat sekitar 40,75 juta orang yang bekerja di sektor tersebut. Sebagai salah satu contoh Kabupaten Rejang Lebong, yang terletak di Provinsi Bengkulu, Indonesia, dikenal sebagai salah satu kabupaten yang mayoritas masyarakatnya bekerja sebagai petani kopi.²

Seperti yang kita ketahui Indonesia adalah salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia. Negara ini merupakan produsen kopi keempat terbesar di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Kopi yang dihasilkan di Indonesia terdiri dari berbagai varietas, di antaranya varietas Arabika dan Robusta. Produksi kopi di Indonesia didominasi oleh petani-petani kecil yang menanam kopi di lahan pertanian mereka sendiri. Namun, Sebagian besar petani kopi di Indonesia masih hidup dalam kondisi miskin dan tidak sejahtera. Pemberdayaan petani kopi merupakan hal penting untuk meningkatkan kualitas hidup mereka dan meningkatkan produktivitas tanaman kopi. Ini dapat dilakukan dengan memberikan akses kepada teknologi, pendidikan, dan dukungan finansial yang dibutuhkan untuk meningkatkan produktivitas tanaman kopi dan memperoleh harga yang lebih tinggi untuk hasil panen mereka. Pemberdayaan petani kopi juga dapat membantu meningkatkan

² “Mengenal SEP 2024: *Survei Ekonomi Pertanian 2024 - Berita* - Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap. (2025). <https://cilacapkab.bps.go.id/id/news/2024/06/07/202/>

kualitas kopi yang dihasilkan, yang akan meningkatkan daya saing produk kopi Indonesia di pasar global sehingga harga yang di terima petani bisa untuk mensejahterahkan mereka.³

Salah satunya penghasil kopi di Indonesia adalah Kabupaten Rejang Lebong, yang terletak di Provinsi Bengkulu, Indonesia, dikenal sebagai salah satu daerah penghasil kopi unggulan. Dengan luas wilayah mencapai 1.559,42 km² dan populasi sekitar 285.748 jiwa, kabupaten ini memiliki iklim yang mendukung pertumbuhan tanaman kopi, terutama di daerah dataran tinggi dengan ketinggian 600-700 mdpl. Sebagian besar masyarakat di Rejang Lebong mengandalkan pertanian kopi sebagai sumber utama penghidupan mereka salah satunya ada di Rw 03 Kel.Air duku Kec.Selupu Rejang, Kabupaten Rejang Lebong ada 71 KK yang berprofesi sebagai petani kopi, sehingga bisa dikatakan mereka mengandalkan hasil dari penjualan kopi dan menjadikan harga kopi sebagai dasar untuk memenuhi kebutuhan mereka. Sehingga menjadikan persepsi harga biji kopi sangat berpengaruh terhadap kesejahteraan petani setempat. Kopi di Rejang Lebong telah menjadi komoditas penting sejak zaman kolonial Belanda pada tahun 1940-an, dan saat ini terdapat dua jenis kopi utama yang dibudidayakan: robusta dan arabika. Luas perkebunan kopi di wilayah ini mencapai lebih dari 30.000 hektare, dengan produksi tahunan mencapai sekitar 16.771 ton,tetapi di balik hasil

³ Indra Maulana, "Pemberdayaan Petani Kopi Melalui Optimalisasi Pengolahan Hasil Kopi Di Desa Wonodadi, Plantungan, Kabupaten Kendal". *Jurnal Keterlibatan Indonesia* 3, no.1 (2022): 2

pertanian yang berlimpah harga dari salah satu barang atau kopi sangat mempengaruhi pendapatan petani untuk kesejahteraan mereka.

Harga penjualan adalah jumlah ganti rugi yang diperlukan untuk mendapatkan gabungan barang dan layanan. Perusahaan mematok harga agar produk tersebut terjual dan memberikan benefit yang optimal. Oleh karena itu, penetapan harga jual sangat penting sebagai strategi pemasaran dalam menarik consumer interest dan mempertahankan *customer loyalty*. Proses yang menentukan harga adalah suatu mekanisme di mana harga memegang peran penting dalam mengarahkan permintaan dan penawaran barang dan jasa oleh produsen dan konsumen. Hal ini menghasilkan harga pasar yang terbentuk melalui kesepakatan antara produsen dan konsumen, yang terjadi melalui tawar-menawar dinamis. Mekanisme pasar ini bertujuan menciptakan keseimbangan harga yang didasarkan pada permintaan dan penawaran. Jika permintaan barang semakin meningkat namun jumlahnya terbatas, maka harga barang tersebut akan semakin tinggi.⁴

Ibnu Taimiyah berpendapat bahwa, memahami suatu harga pada barang atau jasa ditentukan oleh interaksi antara permintaan dan penawaran. Ketika permintaan suatu barang meningkat, harganya akan naik. Sebaliknya, ketika penawaran meningkat, harganya akan turun. Pemahaman ini menunjukkan bahwa Ibnu Taimiyah memiliki konsep dasar yang kuat tentang mekanisme

⁴ Muhammad Nadhar and others, "Pengaruh biaya produksi dan harga jual terhadap pendapatan petani jagung". *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia (JPPI)*, 10, no.4 (2024): 209

harga. Ibnu Taimiyah juga menekankan bahwa harga yang adil adalah harga yang setara dan tidak merugikan salah satu pihak.⁵

Dalam hal perekonomian yang merupakan pengendali kesejahteraan umat khususnya mengenai harga dan mekanisme pasar Ibn Taimiyah berpandangan bahwasanya naik-turunnya harga itu ditentukan oleh kuat-lemahnya permintaan terhadap barang. Banyaknya permintaan akan menaikkan harga barang dan sedikitnya permintaan akan menurunkannya, sedang naik dan turunnya permintaan itu tergantung pada kebutuhan masyarakat sebagai konsumen, yakni ketika kebutuhan meningkat maka otomatis permintaan terhadap barang juga akan meningkat dan begitu juga sebaliknya, hal inilah yang menyebabkan naik dan turunnya harga suatu barang di pasar.⁶

Persepsi harga kopi adalah cara konsumen menilai apakah harga kopi dianggap murah, mahal, atau sepadan dengan kualitas yang ditawarkan. Faktor daya beli dan pengalaman pribadi juga memengaruhi bagaimana seseorang menafsirkan harga kopi di pasaran. Persepsi harga kopi ialah fenomena yang sering tercipta yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk perubahan permintaan pasar dan kondisi cuaca global. Dalam beberapa bulan terakhir, harga biji kopi kering di Rejang Lebong menunjukkan tren positif setelah mengalami penurunan yang signifikan sebelumnya. Saat ini, harga biji

⁵ Farah Qalbia dan M. Reza Saputra, "Pemikiran Ekonomi Ibnu Taimiyah: Konsep Mekanisme Pasar, Harga Adil, dan Peran Pemerintah dalam Ekonomi," *Jurnal MASMAM Master Manajemen* 1, no. 2 (2023): 12–13

⁶ Nurdhin Baroroh, *Harga dan Mekanisme Pasar (Studi Perbandingan Ibn Taimiyah dan Ibn Khaldun)*. *Jurnal Az-Zarqa'*, 10, no. 2 (2018): 345

kopi kualitas bagus telah mencapai Rp 64.000 per kilogram. Meskipun ada harapan untuk stabilitas harga, para petani tetap waspada terhadap kemungkinan penurunan harga di masa depan, mengingat sifat pasar yang tidak dapat diprediksi. Berikut adalah beberapa informasi mengenai harga kopi di Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu.⁷

Tabel 1.1 Harga Kopi di Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu

Tahun	Harga Kopi
Januari - Febuari 2024	Rp. 25.000/Kg
Maret 2024	Rp. 30.000/Kg
April – Mei 2024	Rp. 35.000 – 58.000/Kg
Juni – Juli 2024	Rp. 60.000 - 70.000/Kg
Agustus 2024	Rp. 60.000/Kg
September – Oktober 2024	Rp. 55.000 – 58.000/Kg
November – Desember 2024	Rp. 58.000 – 65.000/Kg

Harga dari penjualan hasil panen kopi akan sangat mempengaruhi pendapatan petani dan akan mempengaruhi daya beli petani untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan mereka.

Daya Beli menurut Putong adalah kemampuan konsumen atau kekuatan masyarakat untuk membeli sejumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu, pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu.⁸ Daya beli masyarakat merupakan kemampuan individu atau kelompok dalam suatu masyarakat untuk membeli barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan maupun

⁷ Reja Aribowo. *Harga Kopi Di Rejang Lebong Turun Naik*. (Portal Berita Terpercaya, 2025). <<https://www.rri.co.id/daerah/931900/>>

⁸ Ardiva Zakia, Asri Ayu Adisti, Dan Aulia Asmarani, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli Dan Tingkat Konsumsi,” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3, No. 5 (2022): 451

keinginannya. Daya beli sangat berkaitan erat dengan kondisi ekonomi masyarakat secara umum, karena mencerminkan sejauh mana pendapatan yang mereka miliki dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Salah satu faktor yang paling signifikan memengaruhi daya beli adalah tingkat pendapatan. Semakin tinggi pendapatan seseorang, maka semakin besar pula kemampuannya untuk membeli berbagai produk dan layanan. Sebaliknya, jika pendapatan menurun, maka kemampuan masyarakat untuk membeli pun ikut menurun.

Dalam kehidupan ekonomi masyarakat, daya beli merupakan indikator penting yang mencerminkan kemampuan masyarakat dalam mengakses kebutuhan dasar maupun tambahan melalui kegiatan konsumsi. Daya beli tidak hanya menggambarkan kekuatan finansial suatu individu atau rumah tangga, tetapi juga menjadi salah satu cerminan kondisi perekonomian suatu wilayah atau negara. Kemampuan masyarakat untuk membeli barang dan jasa erat kaitannya dengan pendapatan yang mereka peroleh.

Dengan demikian, Kabupaten Rejang Lebong tidak hanya merupakan daerah penghasil kopi yang kaya akan tradisi dan budaya, tetapi juga menghadapi tantangan dalam mempertahankan kestabilan ekonomi yang bergantung pada persepsi harga komoditas ini. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat didapat gambaran yang lebih lengkap tentang bagaimana persepsi harga kopi daya beli masyarakat desa dan bagaimana aplikasi teori Islami dapat membantu mengarahkan konsumsi menuju arah yang lebih produktif dan berkesan.

Dari latar belakang diatas yang telah diuraikan, peneliti tertarik akan melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Persepsi Harga Kopi Terhadap Daya Beli Masyarakat Desa Menurut Teori Islam”**.

B. Batasan Masalah

Penelitian ini difokuskan pada petani kopi yang memiliki lahan minimal 5.000 meter persegi atau lebih dan mampu menghasilkan sedikitnya 500 kg kopi atau lebih, yang berada di RW 03 Kelurahan Air Duku, Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diperoleh adalah sebagai berikut, berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah dijelaskan maka dapat dirumuskan pertanyaan yaitu apakah Persepsi Harga Kopi Berpengaruh Terhadap Daya Beli Masyarakat Desa di Kelurahan Air Duku, Kecamatan Selupa Rejang Kabupaten Rejang Lebong?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti uraikan, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Harga Kopi Terhadap Daya Beli Masyarakat Desa di Kelurahan Air Duku, Kecamatan Selupa Rejang Kabupaten Rejang Lebong.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan bagi peneliti, serta dapat berperan dalam perkembangan ilmu pengetahuan.

b. Bagi Institut

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melaksanakan penelitian tentang variabel yang sama terutama tentang variabel yang berhubungan dengan persepsi harga kopi terhadap daya beli masyarakat.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian pada masyarakat yang ingin mendalami pengetahuan mengenai perkembangan harga kopi dan kemampuan daya beli masyarakat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti yaitu sebagai wadah untuk mengimplementasi teori-teori yang sudah didapatkan dimasa perkuliahan dan dapat menjadi sarana untuk menambah pengalaman sebelum masuk dalam dunia kerja.

b. Bagi Institut

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan menambah wawasan ilmu pengetahuan serta dapat menjadi bahan evaluasi dan saran untuk memperbaiki praktik pembelajaran yang lebih menarik agar dapat meningkatkan hasil pembelajaran.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi masyarakat yang ingin terjun dalam dunia kopi.

F. Tinjauan Kajian Terdahulu

Kajian literatur penelitian memegang peran penting dalam memastikan keaslian dan mencegah plagiarisme. Berikut adalah kajian literatur yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Penelitian yang dilakukan **Mohamad Faisal** yang berjudul “***Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru***” yang berkesimpulan bahwa adanya 1) Label halal berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru. 2) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru. 3) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru. 4) Faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan

pembelian kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru adalah persepsi harga.⁹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan sama-sama meneliti pengaruh persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Sama-sama fokus pada industri kedai kopi. Perbedaannya penelitian Mohamad Faisal memasukkan label halal sebagai variabel tambahan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan tidak menggunakan variabel label halal.

2. Penelitian yang dilakukan oleh **Az Zahra Saputri dan Salman Paludi** yang berjudul “*Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Kedai Kopi Difabis Sudirman Jakarta*”. Hasil penelitian ini berkesimpulan bahwa bahwa kualitas produk dan lokasi merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Kedai Kopi Difabis Sudirman Jakarta, sementara persepsi harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Temuan ini dapat dimanfaatkan oleh manajemen Kedai Kopi Difabis untuk lebih fokus pada peningkatan kualitas produk dan pemilihan lokasi strategis guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen.¹⁰ Perbedaan dengan penelitian ini ada pada variabel Y, dan kesimpulan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan sama-sama meneliti pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan lokasi. Perbedaannya penelitian yang

⁹ Mohammad Faisal, *Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru*. Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023.

¹⁰ Az Zahra Saputri, and Salman Paludi. "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Kedai Kopi Difabis Sudirman Jakarta." *Journal of Economics, Bussiness and Management Issues* 1.4 (2024): 209-220.

akan dilakukan mungkin menggunakan variabel dependen (Y) atau pendekatan analisis yang sedikit berbeda.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Dinda Putri Hemas dan Verry Cyasmoro yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Bozzi Coffee Jakarta Selatan*”. Hasil penelitiannya Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk dengan nilai signifikansi 0,153 yang berarti terdapat pengaruh yang positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan persepsi harga dengan nilai signifikansi 0,003 dan lokasi dengan nilai signifikansi 0,000 yang berarti keduanya berpengaruh positif, dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bozzi Coffee Jakarta Selatan. Pada uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ menunjukkan bahwa secara simultan H1 diterima dan dinyatakan variable kualitas produk, persepsi harga dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Bozzi Coffee.¹¹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan sama-sama meneliti persepsi harga, dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Perbedaan lokasi objek penelitian dapat memengaruhi perilaku konsumen yang berbeda.

¹¹ Dinda Putri Hemas, and Verry Cyasmoro. "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Bozzi Coffee Jakarta Selatan." *Jurnal eCo-Buss* 7.1 (2024): 379-389.

4. Penelitian yang dilakukan oleh **Nandang najmulmunir** yang berjudul *“Dampak kebijakan harga minyak terhadap daya beli masyarakat”*. Pada penelitian ini Kebijakan Pembangunan ekonomi memiliki ranah (*domain*) meliputi bagaimana penggunaan sumberdaya regional, tenaga kerja, modal, teknologi dan sosial untuk menghasilkan output yang selalu harus naik. Begitu juga dampak lingkungan yang ditimbulkannya akan berakumulasi pada kesejahteraan masyarakat.¹² Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan sama-sama membahas faktor harga sebagai salah satu variabel yang memengaruhi perilaku ekonomi, meskipun konteksnya berbeda. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada variabel (x) dan metode penelitiannya.
5. Penelitian yang dilakukan oleh **Rovina** yang berjudul *“Analisis Penentuan Harga Beli Biji Kopi Oleh Usaha Kopi Latimojong terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Buntu Batu Kabupaten Enrekang”*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa (1) Analisis usaha kopi Latimojong dalam pengembangan produknya sudah berkembang dan dipasarkan hampir di seluruh kota di provinsi Sulawesi Selatan dan keluar pulau. Hal ini membuktikan bahwa peminat kopi ini banyak baik dari kalangan masyarakat maupun usaha-usaha cafe dan instansi-instansi. (2) perkembangan ekonomi masyarakat di Dusun Karang sudah berkembang dimana masyarakat sudah menggunakan mesin-mesin modern dan bukan

¹² Indo Laksana, "Pengaruh Persepsi Harga Kopi Terhadap Daya Beli Masyarakat Desa Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Empiris Pada Masyarakat Desa Muara Dua Kecamatan Ulu Belu Kab. Tanggamus)". (Lampung, 2021), 11.

lagi cara tradisional dalam pengolahan hasil kopi. Usaha kopi Latimojong dalam membantu mengembangkan perekonomian/Pendapatan masyarakat sudah berpotensi dengan mengajak masyarakat setempat untuk ikut serta dalam mempelajari cara pengolahan kopi yang benar dan menghasilkan harga jual yang tinggi. (3) dalam menjalankan usaha dan peningkatan ekonomi masyarakat sudah dilakukan dengan ekonomi islam.¹³ Persamaan kedua penelitian ini terletak pada fokusnya yang sama-sama menyoroti peran harga kopi dan pengaruhnya terhadap kondisi ekonomi masyarakat dengan perspektif ekonomi Islam. Penelitian Rovina menekankan pada analisis penentuan harga beli biji kopi oleh usaha kopi Latimojong dan dampaknya terhadap peningkatan pendapatan masyarakat melalui pengolahan modern serta penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Sementara itu, penelitian tentang *Pengaruh Persepsi Harga Kopi terhadap Daya Beli Masyarakat Desa Menurut Teori Islam* lebih menekankan pada hubungan antara persepsi masyarakat terhadap harga kopi dengan daya beli mereka, ditinjau dari keadilan dan kemaslahatan dalam bermuamalah. Dengan demikian, perbedaannya terletak pada objek kajian: penelitian Rovina fokus pada strategi usaha kopi Latimojong dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih memusatkan pada persepsi harga kopi dan implikasinya terhadap daya beli masyarakat dalam perspektif teori ekonomi Islam.

¹³ Rovina, *Analisis Penentuan Harga Beli Biji Kopi Oleh Usaha Kopi Latimojong Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Buntu Batu Kabupaten Enrekang*. Diss. IAIN Parepare, 2024.

Secara keseluruhan perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian yang di atas yakni pada variabel nya dimana variabel yang digunakan persepsi harga kopi sedangkan penelitian yang lain menggunakan variable seperti persepsi harga minyak, persepsi harga cabe rawit dan lainnya. Kemudian yang menjadi perbedaan penelitian penulis dengan yang lain yakni objek penelitian. Dimana penelitian penulis berlokasi di Kelurahan Air Duku, Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong sedangkan penelitian yang lain berlokasi di di Pasar Palakka Kab. Bone, Pasar Wage Nganjuk dan lainnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

Kerangka teoritis adalah identifikasi teori-teori yang digunakan untuk menguji data yang ditemukan dalam penelitian. Kerangka teoritis juga bisa menggunakan teori atau hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian saat ini. Kerangka teoritis berfungsi sebagai landasan yang kuat untuk menguji data.¹ Dalam penelitian ini mengidentifikasikan permasalahan dengan 2 variabel yaitu Persepsi Harga (X) Terhadap Daya Beli (Y)

1. Pengertian Persepsi Harga

a. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancaindra. Harga adalah nilai barang yang ditentukan atau dinilai dengan uang; dapat juga berarti nilai sesuatu (yang bukan barang) yang dianggap berharga. Jadi, “persepsi harga” secara umum dapat diartikan sebagai tanggapan, penilaian, atau pandangan seseorang terhadap nilai atau harga suatu barang atau jasa, yang biasanya dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, dan informasi yang dimilikinya.²

¹ Wan Muhammad Fariq, Zamsiswaya Zamsiswaya, dan Syahraini Tambak, “Telaah Kepustakaan (Narrative, Tinjauan Sistematis, Meta-Analysis, Meta-Synthesis) dan Teori (Kualitatif, Kualitatif, Mix Method)”. *Journal Social Society* 2, no.2 (2022): 75–84

² Ike Kusdyah, "Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya)." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 7.1 (2012): 25-32.

Dalam konteks teori persepsi yang terbentuk dari hukum permintaan dan penawaran, persepsi harga terbentuk melalui interaksi antara kondisi pasar, tingkat pendapatan konsumen, dan perubahan harga barang atau jasa. Hukum permintaan menjelaskan bahwa ketika pendapatan meningkat, konsumen cenderung membelanjakan lebih banyak, sedangkan jika pendapatan menurun, jumlah pembelian akan berkurang. Begitu pula, ketika harga suatu barang naik, permintaan menurun, dan ketika harga turun, permintaan meningkat.³

Dari interaksi ini, dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap harga sangat dipengaruhi oleh fluktuasi pasar. Ketidakpastian harga dapat menurunkan daya beli dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sedangkan stabilitas harga dapat meningkatkan keyakinan dan daya beli mereka.

b. Menurut Para Ahli

Menurut Ibnu Taimiyah, harga ditetapkan menurut kekuatan permintaan dan penawaran. Naik dan turunnya harga tidak selalu berkaitan dengan penguasaan atau kedzaliman yang dilakukan oleh seseorang. Seringkali alasannya disebabkan karena adanya kekurangan dalam produksi atau penurunan impor dari barang-barang yang dibutuhkan. Artinya, jika kebutuhan terhadap suatu barang meningkat sementara kemampuan menyediakannya menurun, maka harga dengan

³ Tiur Malasari Siregar, dkk, "Pengaruh Fungsi Permintaan dan Penawaran Terhadap Keseimbangan Pasar:" 8, no. 1 (2023): 223

sendirinya akan naik. Disisi lain, jika kemampuan untuk menyediakan barang meningkat dan permintaan akan barang tersebut menurun maka harga juga akan turun.⁴

Ketika membahas harga yang adil maka terdapat pula sebuah mekanisme di dalam harga, mekanisme harga yakni suatu proses yang berjalan atas dasar gaya tarik menarik antara konsumen dan produsen, baik dari pasar Output (barang) ataupun input (faktor-faktor produksi). Adapun harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang menyatakan nilai tukar suatu unit benda tertentu. Harga yang adil menurut Ibnu Taimiyyah adalah nilai harga di mana orang-orang menjual barangnya dan diterima secara umum sebagai hlm yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu berbeda.⁵

Konsep Ibnu Taimiyyah yang seringkali ditemukan dalam pembahasan tentang permasalahan harga, yakni kompensasi dalam mekanisme penentuan harga dibagi menjadi dua yaitu penentuan harga yang adil atau sah serta kenaikan harga yakni hasil kompetensi di pasar bebas serta menciptakan kelangkaan dikenal selaku penetapan harga

⁴ St. Fatima dkk., “Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah,” *Al Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no.2 (2023): 49–50

⁵ Amir Salim, Muharir Muharir, dan Alda Hermalia, “Pemikiran Ibnu Taimiyah Dalam Harga, Pasar dan Hak Milik,” *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (2021): 160

yang tidak adil maupun tidak sah maupun terjadinya kenaikan permintaan.⁶

Untuk menerapkan harga yang adil Ibn Taimiyah juga melarang adanya monopoli atau *ihthikar*, karena dalam hal ini akan ada pihak yang dirugikan karena adanya seseorang sebagai penguasa dalam penetapan harga dalam pasar. Jika penetapan harga yang dilakukan ini dengan mengambil keuntungan yang tidak sebanding dengan keuntungan sewajarnya, maka hal ini tidak diperbolehkan. Dalam Islam adanya *ihthikar* memang sangat dilarang karena ini merupakan salah satu dari bentuk kezaliman dari penguasa pasar tersebut terhadap orang lain. Ibn Taimiyah sangat menekankan untuk melakukan kebaikan dan meninggalkan kemunkaran di dalam bermuamalah serta menghindari hal-hal yang mampu menzalimi atau merugikan salah satu pihak di dalam bekerjanya pasar.⁷

Dalam hukum permintaan diuraikan sifat hubungan antara permintaan barang dengan tingkat harganya. Sesuai dengan hukum dalam teori permintaan, ketika suatu harga barang terjadi terus mengalami peningkatan, maka akan mempengaruhi jumlah suatu barang yang diminta sehingga harga akan mengalami penurunan. Begitu dengan

⁶ Fitra Analia, Abdul Wahab, Dan Rahman Ambo Masse, "Mekanisme Penetapan Harga Yang Adil Dalam Ekonomi Syariah," *Journal Of Economic, Public, And Accounting (Jepa)* 5, No. 2 (2023): 159

⁷ Nur Muthmainnah, "Mekanisme Pasar Dan Regulasi Harga Perspektif Ibn Taimiyah Dan Ibn Khaldun: Sebuah Kajian Komparatif," *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)* 4, No. 1 (2019): 98

sebaliknya ketika suatu harga barang terus mengalami penurunan, maka yang terjadi jumlah barang yang diminta akan semakin meningkat juga.⁸

Begitu juga sebaliknya, hukum penawaran yang menjelaskan tentang hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang yang ditawarkan oleh penjual. Hukum Penawaran menyatakan jika harga naik, maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan akan meningkat, sebaliknya jika harga barang turun, maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan akan menurun.⁹

Menurut Valarie A. Zeithaml,¹⁰ persepsi harga tidak hanya dilihat sebagai angka nominal, tetapi juga sebagai indikator nilai yang diperoleh konsumen dari suatu produk atau jasa. Konsumen menilai harga berdasarkan perbandingan antara manfaat yang mereka rasakan dengan biaya yang dikeluarkan. Jika nilai yang dirasakan tinggi, harga yang mahal sekalipun dapat dianggap wajar dan dapat meningkatkan minat pembelian. Sebaliknya, jika manfaat yang dirasakan rendah, harga yang sama bisa dipersepsikan terlalu mahal.

Teori ini berkaitan erat dengan teori permintaan, yang menyatakan bahwa harga dan jumlah barang yang diminta memiliki hubungan terbalik. Namun, persepsi harga dapat mengubah sensitivitas permintaan. Ketika konsumen menilai harga mencerminkan kualitas

⁸ Setiawan Iwan, "Teori Permintaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dan Konvensional", *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah* 1, no.2 (2019): 218

⁹ Sisilia Venny Dan Nuraini Asriati, "Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Mikro," *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jurkami)* 7, no.1 (2022): 191

¹⁰ Valarie A. Zeithaml, "Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence." *Journal of marketing* 52.3 (1988): 2-22.

atau prestise, kurva permintaan menjadi lebih inelastis, karena kenaikan harga tidak banyak mengurangi jumlah barang yang diminta. Sebaliknya, jika harga dianggap tidak sebanding dengan nilai, permintaan menjadi lebih elastis, sehingga penurunan atau kenaikan harga akan lebih memengaruhi jumlah barang yang diminta.

Berdasarkan pandangan Ibnu Taimiyah dan Zeithaml, dapat disimpulkan bahwa harga terbentuk melalui interaksi antara permintaan dan penawaran, namun persepsi dan nilai yang dirasakan konsumen juga memegang peran penting dalam penentuan harga yang dianggap wajar. Ibnu Taimiyah menekankan bahwa naik turunnya harga merupakan mekanisme alami pasar selama tidak ada praktik monopoli atau kezaliman, dan harga yang adil adalah harga yang diterima secara umum sesuai dengan nilai tukar yang sepadan. Sementara itu, Zeithaml menjelaskan bahwa harga tidak hanya dilihat secara nominal, tetapi juga sebagai cerminan nilai atau manfaat yang dirasakan konsumen. Ketika nilai yang diterima tinggi, konsumen lebih toleran terhadap harga yang tinggi, sedangkan jika nilai dianggap rendah, harga yang sama bisa dipersepsikan tidak wajar. Kedua pandangan ini menunjukkan bahwa mekanisme pasar dan persepsi nilai saling terkait dalam membentuk harga yang adil, seimbang, dan dapat diterima baik oleh produsen maupun konsumen.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga

Ibnu Taimiyah menjelaskan secara rinci tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan tingkat harga, antara lain:

- a. Permintaan masyarakat yaitu permintaan ini dipengaruhi oleh jumlah barang yang tersedia. Dimana semakin kecil jumlah barang relatif kecil, maka barang tersebut semakin disukai, daripada yang banyak jumlahnya.
- b. Kebutuhan konsumen dimana nilai barang akan semakin tinggi jika semakin banyak jumlah peminatnya.
- c. Besar kecilnya permintaan dipengaruhi oleh kuat lemahnya kebutuhan terhadap suatu barang. Harga akan naik lebih tinggi ketika kebutuhan terhadap suatu barang kuat dan berjumlah besar, dibandingkan jika kebutuhannya lemah dan sedikit.
- d. Kualitas barang jika pembeli merupakan orang kaya dan terpercaya (*kredibel*) dalam membayar kewajibannya, maka tingkat harga yang diperoleh lebih rendah dibandingkan dengan orang yang tidak kredibel (suka menunda kewajiban atau mengingkarinya).
- e. Mata Uang harga relatif lebih rendah jika menggunakan jenis mata uang yang umum dipakai, jika dibandingkan dengan menggunakan mata uang yang tidak umum atau kurang diterima secara luas.
- f. Transaksi tujuan dari suatu transaksi adalah untuk dapat menguntungkan pihak penjual dan pembeli. Tujuan ini dapat tercapai jika pembeli memiliki kemampuan untuk membayar dan dapat memenuhi semua

janjinya.¹¹

3. Indikator Persepsi Harga

Menurut Hidayat dan Sutopo, persepsi harga dapat dipahami dari empat aspek utama yaitu sebagai berikut:

- a. Daya saing harga, yaitu bagaimana konsumen membandingkan harga suatu produk dengan harga produk pesaing yang sejenis. Konsumen akan cenderung memilih produk yang harganya lebih kompetitif dengan kualitas yang sama.
- b. Kesesuaian harga dengan manfaat, artinya konsumen akan bersedia membayar harga tertentu apabila mereka merasakan manfaat yang setara atau bahkan lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang harus dikeluarkan.
- c. Keterjangkauan harga, yakni sejauh mana harga produk berada dalam batas kemampuan daya beli konsumen sehingga tidak dianggap terlalu mahal atau memberatkan.
- d. Harga sesuai dengan kualitas produk, karena dalam banyak kasus konsumen menilai bahwa harga yang tinggi seringkali menjadi sinyal kualitas yang lebih baik. Hal ini menunjukkan adanya persepsi harga yang erat kaitannya dengan nilai (*value for money*).¹²

Dewi dan Suprapti juga mengemukakan empat indikator utama untuk mengukur persepsi harga.

¹¹ Afiqoh Agustin dkk., “Mekanisme Pasar Menurut Pemikiran Ibnu Taimiyyah dan Ibnu Khaldun,” *Branding: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 1, no.2 (2022): 23–24

¹² Hidayat & Sutopo, *Indikator Persepsi Harga*, Konsultasi Skripsi, diakses 29 Juli 2025, <https://konsultasiskripsi.com/2023/08/24/indikator-persepsi-harga-5/>

- a. Keterjangkauan harga, di mana konsumen menilai harga produk masih dapat dijangkau sesuai dengan kemampuan ekonominya.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, artinya konsumen merasa bahwa apa yang dibayar sudah sesuai dengan mutu produk yang diterima.
- c. Daya saing harga, yaitu kemampuan harga suatu produk untuk bersaing dengan harga produk serupa di pasaran.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima, yang berarti harga dinilai layak apabila manfaat yang diperoleh konsumen sepadan atau melebihi biaya yang dikeluarkan.¹³

Keempat indikator ini menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi (harga yang terjangkau dan bersaing) dengan aspek psikologis konsumen (nilai manfaat dan kualitas yang sesuai).

Sementara itu, Tjiptono, Chandra, dan Adriana memfokuskan indikator persepsi harga pada tiga hal utama.

- a. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, di mana harga dipersepsikan wajar apabila kualitas produk sebanding.
- b. Kesesuaian harga dengan manfaat, yang berarti harga akan diterima konsumen apabila manfaat yang diperoleh dirasakan lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan.

¹³ Ni Wayan Dewi & N. W. Suprpti, "Pengaruh Persepsi Harga dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada konsumen Erigo Official Shop Shopee.co.id di Kota Tasikmalaya)," *ResearchGate*, 2018, diakses 29 Agustus 2025, <https://www.researchgate.net/publication/376194929>.

- c. Harga bersaing, yaitu kemampuan harga suatu produk untuk tetap diminati meskipun terdapat banyak produk pesaing di pasaran.¹⁴

Pandangan ini menunjukkan bahwa harga tidak hanya berfungsi sebagai faktor finansial, tetapi juga sebagai representasi dari kualitas dan manfaat yang dipersepsikan konsumen.

Dari ketiga pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator Persepsi Harga yang relevan dan dapat digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Keadilan harga (d disesuaikan dengan prinsip Islam)
- c. Kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat
- d. Transparansi harga

Dengan demikian, penelitian mengenai *Pengaruh Persepsi Harga Kopi terhadap Daya Beli Masyarakat Desa Menurut Teori Islam* akan menggunakan empat indikator utama tersebut sebagai dasar analisis.

4. Pengertian Daya Beli

- a. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Menurut KBBI daya beli adalah kemampuan membeli barang dan jasa dengan menggunakan uang. Ini menunjukkan seberapa banyak barang dan jasa yang bisa dibeli dengan jumlah uang tertentu.¹⁵ Teori

¹⁴ Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, & Dadi Adriana, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi, 2008), diakses melalui Konsultasi Skripsi, 29 Agustus 2025, <https://konsultasiskripsi.com/2021/07/22/indikator-persepsi-harga-skripsi-dan-tesis-2/>

¹⁵ Fery Hernaningsih, "Pengaruh Kestabilan Inflasi Dan Ketimpangan Pendapatan Terhadap Daya Beli Masyarakat," *Jurnal Ilmiah M-Progress* 8, No. 2 (2015): 133

daya beli didasarkan pada hukum satu harga (*law of one price*). Aturan ini menyatakan bahwa suatu produk harus dijual dengan harga yang sama di mana - mana, jika tidak ada insentif untuk mencari keuntungan yang lebih besar. Konsep daya beli sangat relevan dengan analisis bahan pokok, karena harga pokok di pasar dalam negeri dapat dipengaruhi oleh persepsi tukar dan inflasi. Dalam konteks Indonesia, memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian masyarakat sangat penting untuk memastikan bahwa perekonomian berfungsi dengan baik dalam menyesuaikan diri dengan perubahan harga dan nilai tukar.¹⁶

b. Menurut Para Ahli

Daya beli adalah sejumlah barang atau jasa yang dapat dibeli menggunakan pendapatan seseorang atau satuan mata uang. Daya beli masyarakat dapat dipahami sebagai kemampuan individu untuk membayar atau tidak membayar untuk memperoleh barang yang dibutuhkan atau diinginkannya. Sejak dahulu daya beli masyarakat selalu menjadi tolak ukur bagi para pengusaha dalam mengelola kegiatan usahanya. Penggerak ekonomi mempengaruhi operasional usaha kecil, menengah dan besar.¹⁷

Menurut Putong daya beli adalah kemampuan konsumen membeli banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar

¹⁶ Fina Berliana Azkiya dkk., “Analisis Teori Paritas Daya Beli Bahan Pokok (Studi Kasus Pada Pengaruh Dampak Nilai Tukar, Kebijakan Moneter, Dan Inflasi Di Indonesia)” 14, no. 01 (2025): 68

¹⁷ Purwa Ayu Sofiatullah, “Dampak Daya Beli terhadap Keputusan Pembelian Produk Mebel di Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)* 6, no. 4 (2024): 336–337.

tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu.¹⁸ Daya beli merupakan kemampuan seseorang, keluarga atau masyarakat untuk memperoleh barang/jasa guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Daya beli merujuk pada kapasitas finansial yang dimiliki oleh konsumen untuk melakukan pembelian. Daya beli juga berkaitan dengan tingkat konsumsi, harga dan pendapatan. Konsumen dengan daya beli rendah atau memiliki pendapatan yang relatif kecil, akan mengkonsumsi produk dengan harga yang relatif murah dengan jumlah yang relatif lebih sedikit agar dapat memenuhi kebutuhannya, dan kalau memungkinkan bisa memenuhi keseluruhan kebutuhannya.¹⁹

5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Beli

Faktor di bawah ini yakni poin-poin yang dapat berpengaruh terhadap daya beli yang dialami masyarakat antara lain:

a. Tingkat pendapatan

Suatu pembalasan jasa dari seseorang dari adanya tenaga atau pikiran yang sudah diberikan, umumnya berbentuk upah ataupun gaji merupakan pengertian dari pendapatan. Makin tingginya pendapatan seseorang, maka makin tinggi pula daya beli yang dilakukannya serta

¹⁸ Putong Iskandar. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Edisi ke-2. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002): 32.

¹⁹ Deby Silvia, Mohammad Balafif, dan Anggraeni Rahmasari, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Daya Beli Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo," *Bharanomics* 2, no. 1 (2021): 85

makin bermacam-macam hal-hal yang dibutuhkan dan wajib didapatkan, begitu juga apabila terjadi sebaliknya.

b. Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan, pada tingkat ini semakin tinggi suatu tingkat Pendidikan individu makin tinggi pula pemenuhan dari apa saja yang dibutuhkannya.

c. Tingkat kebutuhan

Setiap orang pasti memiliki perbedaan pada apa saja yang ia butuhkan. Misalnya terdapat yang rumah tinggalnya berada di perkotaan akan menjadi tinggi daya belinya dibanding dengan masyarakat dari pedesaan.

d. Konsumerisme

Era modern saat ini berkecenderungan konsumerisme didalam masyarakat atau gaya hidup yang cenderung membeli dan mengkonsumsi barang secara berlebihan dalam penerapan pola hidup.

e. Harga Barang

Apabila terdapat kenaikan harga suatu barang akan mengakibatkan daya beli konsumen condong mengalami penurunan, begitu juga sebaliknya. Bab tersebut berimbang dengan adanya hukum permintaan.

f. Mode

Suatu barang dalam lingkungan masyarakat umumnya akan banyak dibeli di pasar apabila mengikuti trend yang menyebabkan pula

bertambahnya suatu konsumsi pertumbuhan perekonomian masyarakat tentunya dapat mempengaruhi beroperasinya sebuah usaha, baik usaha dengan skala kecil, menengah maupun besar. Penting bagi penggerak usaha untuk perlu tahu indikator mana yang bisa berpengaruh dalam hal daya beli konsumen.²⁰

6. Indikator Daya Beli

Daya beli adalah kemampuan masyarakat sebagai konsumen untuk membeli barang dan jasa yang dibutuhkan. Daya beli masyarakat dinyatakan sebagai kenaikan atau penurunan, dan jika lebih tinggi dari periode sebelumnya, daya beli akan meningkat, dan jika lebih tinggi dari periode sebelumnya, daya beli akan menurun. Daya beli ini mencerminkan seberapa jauh pendapatan yang dimiliki dapat mempengaruhi kebutuhan dasar dan keinginan konsumtif. Beberapa indikator pada daya beli yaitu:

a. Pendapatan

Pendapatan adalah penghasilan yang diterima oleh seseorang atau perusahaan sebagai hasil dari aktivitas ekonominya, seperti penjualan barang dan jasa, gaji, atau bunga. Ini adalah arus kas masuk yang dihasilkan dari kegiatan normal perusahaan. Pendapatan merupakan sumber daya yang penting untuk membiayai operasional dan pengembangan usaha.

²⁰ Ricky Atmaja Dan Mira Maryani, “Analisa Perilaku Konsumtif Dan Daya Beli Konsumen Terhadap Penjualan Online Selama Masa Pandemi Covid -19,” *Jurnal Terapan* 4, no.2 (2021): 92–93

Menurut Nurjanna pendapatan adalah arus masuk atau penambahan aktiva atau penyelesaian suatu kewajiban atau kombinasi dari keduanya yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa atau aktivitas-aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi inti (major/central operation) yang berkelanjutan (regular) dari suatu perusahaan.²¹ Indikator Pendapatan antara lain:

- 1) Pendapatan Usahatani adalah penghasilan yang diterima petani dari kegiatan usahanya, baik dari hasil panen sendiri maupun dari kegiatan lain yang terkait dengan usahatani. Pendapatan usahatani dihitung dari selisih antara penerimaan (pendapatan) dengan biaya produksi.
- 2) Nilai Tukar Petani (NTP) adalah ukuran kemampuan daya tukar produk pertanian yang dihasilkan petani terhadap barang dan jasa yang dibeli oleh rumah tangga petani. NTP mengukur daya beli petani dan mencerminkan tingkat kesejahteraan mereka. NTP dihitung dengan membandingkan indeks harga yang diterima petani (It) dengan indeks harga yang dibayar petani (Ib).
- 3) Pendapatan Keluarga Petani adalah keseluruhan penghasilan yang diterima oleh keluarga petani dari berbagai sumber, termasuk pendapatan usahatani, pendapatan dari pekerjaan lain, dan sumber

²¹ Nurjanna Nurjanna, "Pengakuan Dan Pengukuran Pendapatan Berdasarkan Psak No. 23 Pada Kalla Toyota Makassar," *Pay Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 2, no.1 (2020): 36

pendapatan lain.

- 4) Produksi dalam konteks usahatani adalah jumlah barang atau hasil panen yang dihasilkan oleh petani dalam periode tertentu. Contohnya adalah hasil panen padi, jagung, atau sayuran.²²

b. Tingkat Inflasi

Tingkat inflasi adalah persentase kenaikan harga barang dan jasa secara umum dalam jangka waktu tertentu, yang diukur dengan menggunakan Indeks Harga Konsumen (IHK). Inflasi menunjukkan bagaimana nilai uang menurun seiring waktu karena kenaikan harga.

Menurut Putong inflasi adalah naiknya harga-harga komoditi secara umum yang disebabkan oleh tidak sinkronnya antara program pengadaan komoditi (produksi, penentuan harga, pencetakan uang, dan sebagainya) dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh masyarakat.²³ Indikator inflasi antara lain:

- 1) Indeks Harga Konsumen (IHK) adalah indeks harga yang mengukur harga rata-rata dari barang dan jasa yang dikonsumsi oleh rumah tangga. Indeks harga konsumen sering digunakan untuk mengukur tingkat inflasi suatu negara dan juga sebagai pertimbangan untuk penyesuaian gaji, upah, uang pensiun, dan kontrak lainnya.

²² Putong, Iskandar. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Edisi ke-2. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002): 63

²³ Amir Salim dan Anggun Purnamasari, "Pengaruh Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia," *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2021): 20

- 2) Deflator Produk Domestik Bruto (PDB) adalah ukuran ekonomi suatu negara yang mewakili nilai total barang dan jasa yang diproduksi di dalam suatu negara dalam periode tertentu. PDB digunakan untuk mengukur pertumbuhan ekonomi, kinerja ekonomi, dan membandingkan ekonomi antar negara.
- 3) Indikator *Leading* Inflasi adalah indikator ekonomi yang digunakan untuk memprediksi arah pergerakan inflasi di masa depan. Indeks ini disebut "*leading*" karena memberikan sinyal awal sebelum inflasi aktual terjadi.²⁴
- c. Harga Barang adalah nilai tukar yang dinyatakan dalam satuan moneter untuk produk barang atau jasa, dan merupakan nilai uang yang dibayarkan konsumen kepada penjual sebagai imbalan. Harga barang juga bisa diartikan sebagai nilai yang harus dibayarkan untuk memperoleh manfaat dari produk atau jasa tersebut.²⁵

Menurut Muhammad Abdul Kohar Septyadi, menyatakan bahwa harga merupakan jumlah uang (satuan moneter) serta aspek lain (non-moneter) yang memiliki utilitas/kegunaan tertentu yang dibutuhkan untuk memperoleh suatu produk.²⁶ Indikator harga barang antara lain:

²⁴ Triwahyuni Triwahyuni, "Pengendalian Inflasi, Moneter, Dan Fiskal Dalam Perspektif Ekonomi Makro Islam," *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* 6, No. 2 (2021): 202–203

²⁵ Universitas Islam Indonesia Dkk., "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Harga Konsumen," *Khazanah: Jurnal Mahasiswa* 13, no.1 (31 Oktober 2021): 15

²⁶ Muhammad Abdul Kohar Septyadi, Mukhayati Salamah, Dan Siti Nujiyatillah, "Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi," *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no.1 (2022): 304

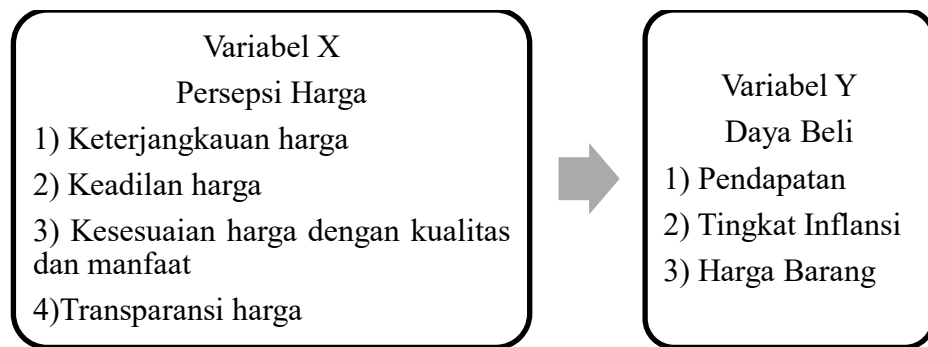
- 1) Keterjangkauan harga (*affordability*) adalah kemampuan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa dengan harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- 2) Kesesuaian harga adalah konsep yang menggambarkan seberapa baik harga yang ditetapkan oleh produsen atau penjual mencerminkan nilai atau manfaat yang diterima oleh konsumen dari produk atau layanan yang mereka beli.
- 3) Daya saing harga (*competitive pricing*) adalah kemampuan suatu bisnis untuk menawarkan produk atau jasa dengan harga yang lebih rendah atau setara dengan pesaing, sambil tetap mempertahankan kualitas yang baik.²⁷

B. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah konsep atau rancangan yang menggambarkan alur berpikir dalam suatu penelitian atau kajian. Kerangka ini menjelaskan hubungan antara teori, konsep, dan variabel yang digunakan untuk memahami serta menjawab permasalahan yang diteliti. Kerangka pemikiran menurut Nasution merupakan dasar berpikir dalam penelitian yang menjelaskan hubungan antar variabel dan bagaimana suatu masalah dapat dianalisis secara sistematis.

²⁷ Alyssa Milano, Agus Sutardjo, Dan Rizka Hadya, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko 'Florensia' Kota Sawahlunto," *Jurnal Matua* 3, no.1 (2021): 17

Kerangka pemikiran menunjukkan antara pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Daya Beli (Y) dan Variabel independen adalah persepsi harga (X).



Gambar. 3.1 Kerangka Pemikiran

C. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan awal yang dilakukan peneliti terhadap perumusan masalah dalam penelitian. Disebutkan sebagai jawaban sementara karena belum didasarkan oleh keadaan fakta namun hanya didasarkan pada teori. Oleh sebab itu, dalam melakukan penelitian harus memiliki dugaan sementara dalam penelitian yang akan dilaksanakan. Dari dugaan itu dapat memberikan pembuktian apakah dugaan tersebut benar atau tidak.²⁸ Jadi hipotesis penelitian ini didukung oleh penelitian:

Pengaruh Persepsi Harga Kopi Terhadap Daya Beli Konsumen Coffe Shop (*Elixir Coffee*) Di Kota Sorong.

Berdasarkan penelitian **Muhammad Andan** yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga Kopi Terhadap Daya Beli Konsumen Coffe**

²⁸ Linda Rosalina, Ddk, "Buku Ajar Statistik". (Padang: Cv Muharika Rumah Ilmiah, 2023), 45.

Shop (*Elixir Coffee*) Di Kota Sorong” yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa Persepsi Harga (X) dilaksanakan setiap hari secara disiplin maka volume Daya Beli Konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,191%.²⁹

Sehingga muncul hipotesis sebagai berikut:

H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan dampak persepsi harga kopi terhadap daya beli masyarakat

H₂: Terdapat pengaruh persepsi harga kopi terhadap daya beli masyarakat

²⁹ Bkti Wiji Lestari Dan Muhamad Andan, “Pengaruh Persepsi Harga Kopi Terhadap Daya Beli Konsumen Coffe Shop (*Elixir Coffee*) Di Kota Sorong”. *Journal Of Management And Innovation Entrepreneurship (Jmie)* 1, no.2 (2024): 358–62

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu jenis penelitian yang dihasilkan dari metode statistik atau metode pengukuran. Sugiyono berpendapat bahwa penelitian kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu dengan maksud untuk menguji hipotesis yang ada.¹ Pendekatan ini sejalan dengan tujuan penelitian untuk mengevaluasi apakah persepsi harga Kopi berpengaruh terhadap minat kemampuan daya beli masyarakat.

B. Subjek Penelitian

Subjek penelitian atau responden merupakan sumber keseluruhan diperolehnya objek dimana terdapat beberapa narasumber atau informasi yang dapat memberikan informasi tentang masalah berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.² Subjek penelitian juga membahas karakteristik subjek yang digunakan dalam penelitian, termasuk penjelasan mengenai populasi, sampel dan teknik sampling yang digunakan.

Berdasarkan uraian diatas dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah Masyarakat dan Petani Kopi yang ada di RW 03 Kelurahan

¹ Selviana, "Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kesejahteraan Petani Swadaya Kelapa Sawit Di Desa Makmur Jaya Ditinjau Dari Ekonomi Islam". (Palu, 2023): 45.

² Krisdayanti, Nurhasanah, Zulikromi, "Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Toko Bangunan Sumber Batu Taluk Kuantan Ditinjau dari Ekonomi Syariah". *Journal of Sharia and Law* 3, no.3 (2024): 851

Air Duku, Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu 2025.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah semua subjek atau sumber informasi yang didapatkan dari makhluk hidup, objek, gejala, hasil tes atau peristiwa yang mewakili karakteristik tertentu. Populasi penelitian merujuk pada unit analisis yang memiliki karakteristik yang akan diusut. Unit analisis merupakan unit yang akan diperiksa atau dianalisis dalam penelitian.³

Populasi pada penelitian ini diambil dari Masyarakat yang berprofesi sebagai petani kopi dan mengandalkan hasil kopi sebagai sumber penghasilan utama untuk memenuhi kebutuhan hidup. Populasi tersebut berada di RW 03 Kelurahan Air Duku, Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu. Terdapat sebanyak 71 KK yang bekerja sebagai petani kopi, sehingga jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 71 KK.

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono,⁴ sampel merupakan representasi dari sebagian kecil karakteristik populasi. Pengambilan sampel dilakukan melalui metode sampling. Margono dan Susilana, mendefinisikan teknik

³ Dameria Sinaga, "Buku Ajar Statistik Dasar". (Jakarta: UKI PRESS, 2014), 5.

⁴ Muhammad Afif Zamroni, Yudha Munajat, and Saputra & Mulyana, "Pengaruh Media Pembelajaran Poster Dan Video Terhadap Penguasaan Keterampilan Pencak The Effect of Poster and Video Learning Media on the Mastery of Pencak Silat," *Jurnal Penelitian Pendidikan* 20 Nomor 2 (2020): 145–53.

pengambilan sampel sebagai suatu metode untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil, sesuai dengan ukuran yang akan digunakan sebagai sumber data, dengan mempertimbangkan sifat dan sebaran populasi agar dapat memperoleh sampel yang representatif.⁵

Sampel ialah karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian dengan menggunakan sampel merupakan prosedur yang digunakan untuk memilih sebagian kecil populasi yang akan diambil dan digunakan dalam menentukan ciri dan sifat yang diinginkan dari populasi secara keseluruhan.⁶ Metode pengambilan non-random sampling disebut *purposive sampling* dimana peneliti memastikan mengutip ilustrasi melalui metode penentuan identitas khusus yang cocok dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan mampu menanggapi kasus penelitian.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria atau tujuan tertentu yang relevan dengan penelitian. Kriteria tersebut antara lain:

- a. Masyarakat yang berprofesi sebagai petani kopi yang menghasilkan 500 kg atau lebih biji kopi.
- b. Masyarakat yang berprofesi sebagai petani kopi yang memiliki luas lahan minimal 5.000 meter persegi atau lebih.

⁵ D. S. Nugroho, *Quantitative Approach Research Method*, 2015.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 46

Berdasarkan teori dan kriteria yang telah ditetapkan, dari 71 kk ada 32 kk yang memenuhi kriteria penelitian, oleh karena itu, sample dalam penelitian ini terdiri dari 32 kk petani kopi yang ada di RW 03 Kelurahan Air Duku, Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu

D. Jenis Data

Adapun yang menjadi jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil secara langsung oleh peneliti dari informan menggunakan teknik terjun langsung kelapangan.⁷ Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data secara langsung melalui angket dan kemudian diberikan kepada masyarakat Kelurahan Air Duku, Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diambil secara tidak langsung dari objek penelitian.⁸ Data ini didapatkan dari sumber lain dan data sekunder ini juga berasal dari data yang diperlukan sebagai bahan informasi. Data sekunder merujuk pada data yang didapatkan dari sumber yang bukan sebenarnya, namun bagian dari informasi untuk data dari penelitian. Dalam

⁷ Nurjanah, "Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda". *Jurnal Mahasiswa* 1 (2021): 121

⁸ Meita Sekar Sari Dan Muhammad Zefri, "Pengaruh Akuntabilitas Pengetahuan dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura". *Jurnal Ekonomi* 21, no.3 (2019): 311

mendapatkan data sekunder peneliti mendapatkan informasi dari buku, jurnal, data statistik dan dokumen lainnya yang digunakan untuk melengkapi data primer.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian yang dilakukan yaitu melalui kuesioner (angket), observasi dan dokumentasi.

1. Kuesioner (Angket)

Teknik angket disebut juga teknik kuesioner yang mendapatkan data dari memberikan pertanyaan yang telah dibuat oleh peneliti dan kemudian dijawab oleh responden.⁹ Angket sering menggunakan skala likert dalam menentukan skala penilaian atau daftar checklist.

Metode penelitian ini berisi pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab oleh para responden, jawaban dari para responden akan dikumpulkan menjadi satu untuk mengambil kesimpulan dan menjadikan sebuah teori. Responden bisa memilih jawaban yang sudah tersedia dilembar pertanyaan serta para responden diminta mengisi kuesioner tersebut sesuai dengan keadaan mereka sendiri.

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pilihan ganda dan lima pilihan jawaban, kemudian jawaban tersebut diberikan nilai berdasarkan pada skala liker dibawah ini:

⁹ Anggy Giri Prawiyogi and others, "Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar". *Jurnal Basicedu* 5, no.1 (2021): 446

Tabel 3.1 Skala Likert

Singkatan	Arti	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

2. Observasi

Observasi adalah suatu kegiatan untuk melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat kondisi dari masyarakat petani kopi di daerah tersebut. Observasi/pengamatan yaitu suatu teknik/cara mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Jenis observasi dalam penelitian ini adalah observasi non partisipan, dimana peneliti tidak terlibat langsung dengan kegiatan yang akan diteliti tetapi hanya melakukan pengamatan dan menganalisis.

3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Yusuf berasal dari kata dokumen, yang berarti barang tertulis, metode dokumentasi berarti tata cara pengumpulan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif.

Pengumpulan suatu data dari dokumentasi adalah pengumpulan atau pengambilan informasi melalui catatan, transkrip, buku, surat kabar, jurnal, tulisan, risalah, agenda, foto, dan lain sebagainya. Saat mengumpulkan informasi melalui dokumentasi ini, peneliti menggunakan daftar periksa untuk merekam informasi yang ditentukan.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang mengacu pada seberapa validnya data yang diambil pada objek penelitian yang sesuai dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji yang mengacu pada kekonsistenan data. Dalam konteks positivistik data yang dianggap reliabel apabila dalam dua atau lebih penelitian yang dilakukan dalam kondisi yang berbeda akan mendapatkan data yang sama atau konsisten.¹⁰

2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui sejauh mana persepsi harga kopi berpengaruh terhadap daya beli masyarakat. Uji hipotesis ini melibatkan beberapa analisis statistik sebagai berikut:

¹⁰ Azharsyah Ibrahim, "Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam". (Banda Aceh Ar-Raniery Press, 2020), 299-300.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual pada model regresi berdistribusi normal. Normalitas residual merupakan salah satu asumsi dasar dalam analisis regresi, yang perlu dipenuhi agar hasil estimasi koefisien regresi dapat dipercaya dan uji signifikansi valid. Uji ini biasanya dilakukan setelah model regresi terbentuk, dengan menguji distribusi nilai residual (error) dari model. Persamaan umum residual dalam model regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$\varepsilon_i = Y_i - \hat{Y}_i$$

Keterangan:

ε_i : Residual atau galat pengamatan ke-i

Y_i : Nilai aktual daya beli masyarakat pada pengamatan ke-i

$\hat{Y}_i$: Nilai prediksi daya beli masyarakat pada pengamatan ke-i dari model regresi

Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji statistic yang membandingkan distribusi residual dengan distribusi normal teoritis. Selain itu, normalitas juga dapat diperiksa secara visual menggunakan histogram residual atau normal probability plot. Hipotesis uji normalitas adalah:

H_0 : Residual berdistribusi normal

H_1 : Residual tidak berdistribusi normal

Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi (p-value). Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima

sehingga residual dapat dianggap berdistribusi normal. Hal ini berarti asumsi normalitas terpenuhi dan model regresi dapat digunakan untuk uji hipotesis lebih lanjut.

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh satu variabel independen (dalam hal ini persepsi harga kopi) terhadap satu variabel dependen (daya beli masyarakat). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan dan bagaimana arah hubungan antara kedua variabel tersebut. Selain itu, analisis ini juga memberikan gambaran tentang seberapa besar proporsi perubahan daya beli masyarakat yang dapat dijelaskan oleh persepsi harga kopi. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Daya beli masyarakat (variabel dependen)

X : Persepsi harga kopi (variabel independen)

β_0 : Konstanta (nilai Y ketika $X=0$)

β_1 : Koefisien regresi (menunjukkan besar dan arah pengaruh X terhadap Y)

ε : Error atau residu (faktor lain di luar model yang memengaruhi Y)

Melalui analisis ini, dapat diketahui apakah persepsi harga kopi berpengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat berdasarkan hasil

uji t pada koefisien β_1 , serta seberapa besar proporsi variasi daya beli masyarakat yang dapat dijelaskan oleh persepsi harga kopi melalui nilai koefisien determinasi (R^2). Dengan demikian, regresi linier sederhana memberikan gambaran kuantitatif mengenai hubungan sebab-akibat antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat.

c. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, uji ini melihat apakah persepsi harga kopi secara individu berpengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat. Rumus perhitungan nilai t:¹¹

$$t_{hitung} = \frac{\beta_i}{SE(\beta_i)}$$

Keterangan:

β_i = Koefisien regresi dari variabel independen ke-i

$SE(\beta_i)$ = Standard Error dari β_i

n = Jumlah sampel/responden

k = Jumlah variabel independen

Hasil uji t akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi (α) tertentu. Kriteria pengambilan keputusan:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (berarti terdapat pengaruh yang signifikan).

¹¹ Bawono, *Multivariate Analysis Dengan Spss*, hal. 175.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima (berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan).

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar persepsi harga kopi dapat menjelaskan variasi dari daya beli masyarakat. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1:

- a. Jika R^2 mendekati 1, maka model dikatakan baik karena variabel independen mampu menjelaskan sebagian besar variasi variabel dependen.
- b. Jika R^2 kecil (mendekati 0), maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

Nilai R^2 dapat diperoleh melalui output Model Summary dalam perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 26.¹²

¹² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate* (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponogoro, 2013), hal.98.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian dalam studi ini adalah masyarakat dan petani kopi yang berada di RW 03, Kelurahan Air Duku, Kecamatan Selupu Rejang, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu pada tahun 2025. Wilayah ini merupakan salah satu sentra pertanian rakyat, khususnya dalam budidaya tanaman kopi yang menjadi mata pencaharian utama sebagian besar penduduknya.

Masyarakat RW 03 dikenal memiliki keterikatan erat dengan sektor pertanian, terutama dalam pengelolaan kebun kopi secara turun-temurun. Petani di wilayah ini umumnya masih mengandalkan metode tradisional dalam proses budidaya, panen, hingga pascapanen kopi. Kondisi ini memberikan ruang untuk dilakukan kajian mendalam terkait pola pemberdayaan, akses terhadap teknologi pertanian, serta tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan hasil produksi dan pemasaran hasil panen.

Karakteristik demografis masyarakat di wilayah ini didominasi oleh usia produktif, dengan tingkat pendidikan yang bervariasi. Keterlibatan masyarakat secara kolektif dalam kegiatan sosial dan ekonomi, termasuk koperasi tani atau kelompok tani, menjadi potensi strategis dalam pengembangan ekonomi lokal berbasis komoditas kopi.

Dengan latar belakang tersebut, masyarakat dan petani kopi di RW 03 Kelurahan Air Duku menjadi subjek yang relevan dan signifikan dalam rangka

menggali dinamika sosial-ekonomi dan potensi pemberdayaan masyarakat berbasis pertanian kopi.

B. Hasil Penelitian

1. Uji validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas data dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel menggunakan teknik *Pearson Product Moment*. Kriteria penilaiannya adalah, jika r hitung $> r$ tabel pada tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05, maka instrumen dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung $< r$ tabel, maka instrumen dianggap tidak valid. Karena jumlah sampel dalam pengujian ini adalah 32, maka nilai r hitung harus lebih besar dari 0.3494 agar memenuhi kriteria validitas pada taraf signifikansi 5%, dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel X (Persepsi Harga)

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
X1	0,640	0.3494	Valid
X2	0,995	0.3494	Valid
X3	0,995	0.3494	Valid
X4	0,995	0.3494	Valid
X5	0,995	0.3494	Valid
X6	0,995	0.3494	Valid
X7	0,995	0.3494	Valid
X8	0,995	0.3494	Valid
X9	0,995	0.3494	Valid
X10	0,995	0.3494	Valid
X11	0,995	0.3494	Valid
X12	0,995	0.3494	Valid

Sumber: Output SPSS, data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.1 mengenai hasil uji validitas variabel X (Persepsi Harga), seluruh item menunjukkan nilai r hitung yang lebih

besar dari nilai r tabel sebesar 0,3494. Nilai r hitung berkisar antara 0,640 hingga 0,995, yang berarti seluruh item dalam masing-masing indikator dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam mengukur variabel Persepsi Harga memiliki validitas yang baik dan layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini.

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Daya Beli)

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
Y1	0,667	0.3494	Valid
Y2	0,990	0.3494	Valid
Y3	0,990	0.3494	Valid
Y4	0,990	0.3494	Valid
Y5	0,990	0.3494	Valid
Y6	0,990	0.3494	Valid
Y7	0,990	0.3494	Valid
Y8	0,990	0.3494	Valid
Y9	0,990	0.3494	Valid

Sumber: Output SPSS, data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.2 mengenai hasil uji validitas variabel Y (Daya Beli), seluruh item memiliki nilai r hitung yang melebihi nilai r tabel sebesar 0,3494. Nilai r hitung berkisar antara 0,667 hingga 0,990, sehingga semua item dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Daya Beli memiliki validitas yang tinggi dan mampu merepresentasikan konstruk yang dimaksud secara akurat, sehingga layak digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menggambarkan sejauh mana suatu alat ukur atau instrumen penelitian mampu memberikan hasil yang konsisten dan stabil dalam mengukur suatu konsep atau konstruk. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Menurut Ghazali, suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha (α) lebih dari 0,60. Adapun kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, maka instrumen dianggap reliabel.
- b. Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$, maka instrumen dianggap tidak reliabel.

Hasil uji reliabilitas terhadap instrumen dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai hitung Alpha Cronbach	Keterangan
Persepsi Harga (X)	0,989 $> 0,60$	Reliabel
Daya Beli (Y)	0,980 $> 0,60$	Reliabel

Sumber: Output SPSS, data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.1 mengenai hasil uji reliabilitas, diperoleh bahwa variabel Persepsi Harga (X) memiliki nilai Alpha Cronbach sebesar 0,989 dan variabel Daya Beli (Y) sebesar 0,980. Kedua nilai tersebut jauh melebihi batas minimum yang ditetapkan, yaitu 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki tingkat

konsistensi dan stabilitas yang sangat tinggi. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya untuk mengukur konstruk yang diteliti.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi dalam analisis regresi linear. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test (K-S Test) terhadap residual data.

**Tabel 4.4 Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.09216927
Most Extreme Differences	Absolute	.468
	Positive	.331
	Negative	-.468
Test Statistic		.468
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,068 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistics ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	td. Error	Beta		
1(Constant)	22.207	5.965		3.723	.001
Persepsi Harga	.369	.103	.549	3.593	.001

a. Dependent Variable: Daya_Beli

Sumber: Output SPSS, data diolah (2025)

Berdasarkan hasil tabel uji regresi linier sederhana di atas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 22.207 + 0.369X$$

Artinya, setiap kenaikan satu satuan pada variabel persepsi harga akan meningkatkan daya beli masyarakat sebesar 0.369 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Nilai signifikansi (Sig. = 0.001) yang lebih kecil dari 0.05 menunjukkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat. Selain itu, nilai t hitung = 3.593 lebih besar daripada nilai t tabel pada tingkat kepercayaan 95%, yang memperkuat kesimpulan bahwa persepsi harga memberikan pengaruh nyata terhadap daya beli.

Secara ekonomi, hal ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan persepsi harga sebesar satu satuan akan meningkatkan daya beli masyarakat sebesar 0,369 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil ini sejalan dengan teori Zeithaml yang menyatakan bahwa harga tidak hanya dipandang sebagai nominal, tetapi juga sebagai representasi nilai dan kualitas yang dirasakan. Masyarakat cenderung tetap membeli meskipun harga naik ketika mereka menilai produk memiliki kualitas dan manfaat yang sepadan, sehingga daya beli tetap terjaga atau bahkan meningkat.¹

Di sisi lain, pandangan Ibnu Taimiyah yang menekankan mekanisme permintaan dan penawaran juga mendukung hasil ini, di mana harga yang terbentuk secara wajar dan adil tetap dapat diterima konsumen. Dengan demikian, persepsi positif terhadap harga kopi mendorong peningkatan daya beli, menunjukkan bahwa faktor psikologis dan kepercayaan konsumen terhadap nilai produk turut memperkuat hubungan ini.

c. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga kopi secara individu terhadap daya beli masyarakat. Uji ini mengukur signifikansi dari koefisien regresi masing-masing variabel independen dalam model regresi, dengan menggunakan nilai t hitung yang kemudian dibandingkan dengan t tabel atau melihat nilai signifikansi (Sig.). Jika nilai Sig. < 0,05, maka variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

¹ Valarie A. Zeithaml, "Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence." *Journal of marketing* 52.3 (1988): 2-22.

**Tabel 4.6 Hasil Koefisien Regresi Parsial (Uji t)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	td. Error	Beta		
1(Constant)	22.207	5.965		3.723	.001
Persepsi Harga	.369	.103	.549	3.593	.001

a. Dependent Variable: Daya_Beli

Sumber: Output SPSS, data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.6 Hasil Koefisien Regresi Parsial (Uji t), diperoleh t hitung sebesar 3,593 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Artinya, persepsi harga kopi terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat. Nilai koefisien regresi sebesar 0,369 menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan persepsi harga kopi akan meningkatkan daya beli masyarakat sebesar 0,369 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap harga kopi baik dari segi keterjangkauan, keadilan, kesesuaian dengan kualitas dan manfaat, maupun transparansi secara nyata meningkatkan daya beli masyarakat. Hal ini membuktikan bahwa daya beli tidak hanya dipengaruhi oleh faktor makroekonomi seperti pendapatan, inflasi, dan harga barang, tetapi juga oleh faktor psikologis konsumen dalam menilai harga.

Temuan ini sejalan dengan teori Zeithaml yang menekankan bahwa konsumen menilai harga tidak hanya sebagai nominal rupiah,

tetapi juga sebagai representasi nilai yang dirasakan.² Dengan demikian, semakin baik persepsi masyarakat terhadap harga kopi, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk membeli meskipun kondisi ekonomi eksternal mengalami fluktuasi.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh persepsi harga kopi terhadap daya beli masyarakat. Nilai R^2 berada dalam rentang 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1, maka semakin besar proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model.

Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.549 ^a	.301	.278	2.232

a. Predictors: (Constant), Persepsi_Harga

Sumber: Output SPSS, data diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas, nilai R Square sebesar 0,301 menunjukkan bahwa variabel independen Persepsi Harga Kopi mampu menjelaskan variasi variabel dependen Daya Beli Masyarakat sebesar 30,1%. Artinya, persepsi masyarakat terhadap harga kopi yang mencakup keterjangkauan, keadilan, kesesuaian dengan kualitas dan

² Valarie A. Zeithaml, "Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence." *Journal of marketing* 52.3 (1988): 2-22.

manfaat, serta transparansi harga mempunyai kontribusi cukup besar dalam memengaruhi daya beli.

Sementara itu, sisanya sebesar 69,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat berupa pendapatan masyarakat, tingkat inflasi, harga barang kebutuhan pokok lainnya, preferensi konsumen, maupun kondisi ekonomi makro. Hal ini sejalan dengan teori ekonomi konsumen yang menyatakan bahwa daya beli tidak hanya dipengaruhi oleh persepsi harga, tetapi juga oleh faktor eksternal dan kemampuan riil masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.³

Dengan demikian, nilai R^2 sebesar 0,301 dapat dikategorikan sebagai kontribusi sedang, yang menegaskan bahwa meskipun persepsi harga kopi berperan penting, namun peningkatan daya beli masyarakat juga sangat dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian. Temuan ini memberikan implikasi bahwa strategi penetapan harga yang adil, transparan, dan sesuai kualitas tetap perlu diperkuat, namun juga harus dibarengi dengan upaya memahami kondisi ekonomi masyarakat secara menyeluruh.

C. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga kopi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya beli masyarakat di Kelurahan Air

³ Indriaty, L., et al. "Pengaruh Pendapatan Dan Harga Terhadap Daya Beli Masyarakat." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 7.1 (2023): 20-23.

Duku, Kecamatan Selupu Rejang, Kabupaten Rejang Lebong. Temuan ini diperoleh melalui hasil Uji Regresi Linier Sederhana, yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) dari variabel persepsi harga kopi adalah 0,001, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,369, dapat diinterpretasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan dalam persepsi harga kopi akan meningkatkan daya beli masyarakat sebesar 0,369 satuan. Artinya, semakin positif persepsi masyarakat terhadap harga kopi, maka semakin tinggi pula daya beli mereka terhadap kebutuhan sehari-hari.

Lebih lanjut, hasil uji koefisien determinasi (R^2) memperkuat temuan ini. Nilai R^2 sebesar 0,301 menunjukkan bahwa sebesar 30,1% variasi perubahan daya beli masyarakat dapat dijelaskan oleh persepsi harga kopi, sedangkan sisanya 69,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Angka ini mengindikasikan bahwa persepsi harga kopi memang berperan cukup penting, meskipun bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi daya beli masyarakat.

Temuan ini sejalan dengan teori ekonomi konsumen yang menyatakan bahwa daya beli tidak hanya dipengaruhi oleh faktor harga, tetapi juga oleh kondisi eksternal seperti pendapatan, inflasi, harga kebutuhan pokok lainnya, serta dinamika pasar.⁴ Dengan demikian, strategi penetapan harga kopi yang wajar, transparan, dan sesuai dengan kualitasnya dapat meningkatkan persepsi positif masyarakat, namun tetap perlu diimbangi dengan upaya peningkatan

⁴ Ahmad Rizani, et al. "Efek Inflasi terhadap Daya Beli Masyarakat pada Tinjauan Ekonomi Makro." *Journal Of International Multidisciplinary Research Vol j1.2* (2023).

pendapatan dan stabilitas ekonomi agar daya beli masyarakat dapat terus terjaga.

Jika dilihat dari perspektif ekonomi Islam, ketergantungan masyarakat terhadap komoditas kopi sebagai satu-satunya sumber penghasilan menjadi sebuah tantangan dalam mewujudkan prinsip keadilan ekonomi (al-‘adalah). Dalam jurnal Windu Anggara, et al. menjelaskan bahwa Islam sangat menekankan pentingnya kestabilan dalam harga dan distribusi kekayaan.⁵ Persepsi harga yang terlalu tajam dapat menciptakan ketimpangan dan ketidakpastian ekonomi (gharar), yang bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam Islam, perdagangan dan kegiatan ekonomi harus bebas dari unsur penipuan, eksploitasi, dan ketidakpastian yang merugikan salah satu pihak. Maka, ketika harga kopi anjlok secara tiba-tiba, petani sebagai produsen utama menjadi pihak yang paling terdampak secara negatif, yang mana hal ini tidak sesuai dengan prinsip maslahah (kebaikan bersama) dalam muamalah.

Lebih lanjut, Islam memandang bahwa peran pemerintah (wilayah al-hisbah) sangat penting dalam mengontrol mekanisme pasar, mencegah penimbunan (ihtikar), dan mengawasi keseimbangan harga agar tidak terjadi praktik monopoli atau spekulasi yang menekan produsen kecil seperti petani. Oleh karena itu, diperlukan sistem distribusi yang adil serta adanya proteksi terhadap sektor ekonomi rakyat agar daya beli tetap terjaga. Konsep *al-hisbah* dalam Islam mendorong adanya intervensi negara untuk menjaga stabilitas

⁵ Windu Anggara, et al. "Economic Stability in Islamic View: Approach to Controlling Inflation." *International Journal of Science, Technology & Management* 4.5 (2023): 1366-1372.

pasar dan keadilan harga, terutama bagi masyarakat yang menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian seperti kopi. Dengan menjaga kestabilan harga kopi, maka daya beli masyarakat desa dapat lebih terjamin, dan kesejahteraan pun dapat meningkat sesuai dengan prinsip maqashid syariah, yaitu menjaga harta dan kehidupan.

Fenomena ini tidak terjadi dalam ruang hampa, melainkan mencerminkan pola yang juga ditemukan dalam berbagai penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan Jihan Syarifatullah, dkk menyatakan bahwa pendapatan petani di daerah penghasil kopi sangat sensitif terhadap perubahan harga pasar. Penurunan harga menyebabkan turunnya pendapatan secara drastis, yang berdampak pada pengurangan pengeluaran rumah tangga, terutama untuk kebutuhan pangan, pendidikan, dan kesehatan.⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Rita Parmawati, dkk juga menunjukkan hasil serupa, di mana ketidakstabilan harga kopi mengakibatkan ketidakpastian ekonomi di kalangan petani di wilayah Kalipuro Kabupaten Banyuwangi. Mereka mencatat bahwa ketika harga anjlok, banyak petani yang terpaksa menjual aset atau berutang untuk memenuhi kebutuhan hidup. Hal ini menggambarkan bagaimana persepsi harga tidak hanya memengaruhi konsumsi, tetapi juga struktur ekonomi rumah tangga petani secara keseluruhan.⁷

⁶ Jihan Syarifatullah, Faroby Falatehan, and Hariyadi Hariyadi. "Analisis Keberlanjutan Pendanaan Badan Layanan Umum pada Pendapatan Petani Kopi di Desa Cinanggela, Kecamatan Pacet, Kabupaten Bandung." *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia* 27.3 (2022): 454-464.

⁷ Rita Parmawati, Ussy Andawayanti, and Qomariyatus Sholihah. "Analisis keberlanjutan perkebunan kopi rakyat di Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi." *AGROMIX* 13.1 (2022): 126-135.

Selanjutnya, Laksana Indo dalam penelitiannya di desa Muara dua menemukan bahwa volatilitas harga komoditas kopi sangat berpengaruh terhadap indeks daya beli masyarakat petani. Penurunan harga dalam jangka panjang berdampak pada penurunan kualitas hidup, terutama dalam aspek gizi, pendidikan anak, dan akses terhadap layanan kesehatan. Hal ini menunjukkan bahwa efek persepsi harga tidak hanya bersifat ekonomi semata, tetapi juga sosial.⁸

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya menunjukkan relevansi statistik, tetapi juga mengandung nilai praktis yang signifikan dalam konteks pembangunan pedesaan. Persepsi harga kopi terbukti menjadi salah satu faktor ekonomi yang paling dominan dalam memengaruhi daya beli masyarakat, khususnya di daerah penghasil kopi seperti Kelurahan Air Duku. Ketergantungan yang tinggi terhadap satu komoditas membuat masyarakat rentan terhadap dinamika pasar, sehingga kebijakan stabilisasi harga dan diversifikasi sumber pendapatan menjadi penting untuk meningkatkan ketahanan ekonomi rumah tangga petani kopi.

⁸ Laksana Indo, *Pengaruh Persepsi Harga Kopi Terhadap Daya Beli Masyarakat Desa Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Empiris Pada Desa Muara Dua Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus)*. Diss. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi harga kopi memiliki pengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji regresi linier sederhana dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$) dan nilai koefisien regresi sebesar 0,369. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada persepsi harga kopi akan meningkatkan daya beli masyarakat sebesar 0,369 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.
2. Hasil uji t parsial memperkuat temuan tersebut, di mana nilai t hitung sebesar 3,593 lebih besar dari t tabel pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa persepsi harga kopi berpengaruh nyata terhadap daya beli masyarakat, terutama dalam hal keterjangkauan, kesesuaian dengan kualitas dan manfaat, serta keadilan harga yang dinilai wajar oleh konsumen.
3. Uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,301, yang berarti 30,1% variasi daya beli masyarakat dapat dijelaskan oleh persepsi harga kopi, sedangkan sisanya sebesar 69,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti pendapatan, inflasi, harga kebutuhan pokok lain, dan kondisi ekonomi makro. Hal ini menegaskan bahwa persepsi harga berperan cukup penting dalam memengaruhi daya beli, namun tidak berdiri sendiri melainkan berinteraksi dengan faktor-faktor eksternal.

B. Saran

1. Bagi Pemerintah Daerah, disarankan untuk mengembangkan kebijakan penstabil harga kopi dan menciptakan sistem tata niaga yang adil serta transparan, agar petani tidak selalu dirugikan saat harga pasar menurun.
2. Bagi Petani dan Pelaku Usaha Kopi, disarankan untuk mulai melakukan diversifikasi produk dan sumber penghasilan guna mengurangi ketergantungan ekonomi hanya pada satu komoditas. Selain itu, peningkatan kapasitas melalui pelatihan manajemen usaha tani dan pemasaran juga perlu ditingkatkan.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain seperti jumlah produksi, biaya produksi, atau kondisi sosial ekonomi keluarga petani agar hasil analisis lebih komprehensif dan dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdi Nizar, M. (2012). *Dampak persepsi harga minyak dunia terhadap perekonomian Indonesia*. Semarang: Putra Agung.
- Agustin, A., dkk. (2022). Mekanisme pasar menurut pemikiran Ibnu Taimiyyah dan Ibnu Khaldun. *Branding: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 23–24.
- Analia, F., Wahab, A., & Masse, R. A. (2023). Mekanisme penetapan harga yang adil dalam ekonomi syariah. *Journal of Economic, Public, and Accounting (JEPA)*, 5(2), 159.
- Anggara, W., Shawab, N., Majid, M. S. A., & Harahap, I. (2023). Economic Stability in Islamic View: Approach to Controlling Inflation. *International Journal of Science, Technology & Management*, 4(5), 1366-1372.
- Aribowo, R. (2025). Harga kopi di Rejang Lebong turun naik. *Portal Berita Terpercaya*. <https://www.rri.co.id/daerah/931900/>
- Berliana Azkiya, F., dkk. (2025). Analisis teori paritas daya beli bahan pokok. *Jurnal Ekonomi*, 14(1), 68.
- Baroroh, N. (2018). Harga dan mekanisme pasar (Studi perbandingan Ibn Taimiyah dan Ibn Khaldun). *Az-Zarqa'*, 10(2), 345.
- Faisal, M. (2023). *Pengaruh Label Halal, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi di Kedai Kopi Bengkalis Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Guntur Hendratri, B., dkk. (2023). Pengaruh persepsi harga cabai rawit dan dampaknya pada daya beli konsumen di Pasar Wage Nganjuk. *Kolaboratif Sains Journal*, 6(11), 4651.
- Hayati, H., & Arafah, M. (2024). Pengaruh persepsi harga terhadap daya beli pedagang sembako Muslim di Pasar Palakka Kab. Bone. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah (Jurnal Akunsyah)*, 3(2), 49.
- Hemas, D. P., & Cyasmoro, V. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Bozzi Coffee Jakarta Selatan. *eCo-Buss*, 7(1), 379-389.
- Hendratri, B. G., dkk. (2023). Pengaruh persepsi harga cabai rawit dan dampaknya pada daya beli konsumen. *Kolaboratif Sains Journal*, 6(11), 4651.
- Ibrahim, A. (2020). *Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis Islam*. Banda Aceh: Ar-Raniery Press.
- Indo Laksana. (2021). Pengaruh persepsi harga kopi terhadap daya beli masyarakat desa menurut perspektif ekonomi Islam. *Skripsi*, Universitas Lampung.

- Indriaty, L., Mulya, F. R. Q., Tjiu, H., Santy, S., Susiani, S., & Akbar, A. (2023). Pengaruh Pendapatan Dan Harga Terhadap Daya Beli Masyarakat. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 20-23.
- Krisdayanti, Nurhasanah, & Zulikromi. (2024). Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian di Toko Bangunan Sumber Batu Taluk Kuantan ditinjau dari ekonomi syariah. *Journal of Sharia and Law*, 3(3), 851.
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25-32.
- Maulana, I. (2022). Pemberdayaan petani kopi melalui optimalisasi pengolahan hasil kopi di Desa Wonodadi. *Indonesian Engagement Journal*, 3(1), 2.
- Manaroinson, G., Pangkey, M. S., & Mambo, R. (2023). Pemberdayaan masyarakat petani sayur di Desa Palelon Kecamatan Modoinding. *Administrasi Publik Journal*, 9(3), 224.
- Nadhar, M., dkk. (2024). Pengaruh biaya produksi dan harga jual terhadap pendapatan petani jagung. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(4), 209.
- Nizar, M. A., Munajat, Y., & Saputra, Mulyana. (2020). Pengaruh media pembelajaran poster dan video terhadap penguasaan keterampilan pencak silat. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 20(2), 145–153.
- Nugroho, D. S. *Quantitative Approach Research Method*, 2015.
- Parmawati, R., Andawayanti, U., & Sholihah, Q. (2022). Analisis keberlanjutan perkebunan kopi rakyat di Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi. *AGROMIX*, 13(1), 126-135.
- Pujiati, N. (2020). Pengaruh fluktuatif harga barang pokok dan non pokok terhadap permintaan dan penawaran. *Jurnal Ekonomi*, 17(2), 118.
- Putong, Iskandar. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Edisi ke-2. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Qalbia, F., & Saputra, M. R. (2023). Pemikiran ekonomi Ibnu Taimiyah: Konsep mekanisme pasar, harga adil, dan peran pemerintah dalam ekonomi. *MASMAN Master Manajemen*, 1(2), 12–13.
- Retno Febriana. (2018). *Implikasi persepsi harga terhadap pendapatan dan daya beli pedagang*. Yogyakarta: Raja Press.
- Rovina, R. (2024). *Analisis Penentuan Harga Beli Biji Kopi Oleh Usaha Kopi Latimojong Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Buntu Batu Kabupaten Enrekang* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).

- Rizani, A., Norrahman, R. A., Harsono, I., Yahya, A. S., & Syifa, D. M. (2023). Efek Inflasi terhadap Daya Beli Masyarakat pada Tinjauan Ekonomi Makro. *Journal Of International Multidisciplinary Research Vol, 1*(2).
- Salim, A., & Purnamasari, A. (2021). Pengaruh inflasi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 7(1), 20.
- Saputri, A. Z., & Paludi, S. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Kedai Kopi Difabis Sudirman Jakarta. *Journal of Economics, Bussiness and Management Issues*, 1(4), 209-220.
- Sarvina, Y., & Surmaini, E. (2020). Penggunaan prakiraan musim untuk pertanian di Indonesia: Status terkini dan tantangan ke depan. *Jurnal Sumberdaya Lahan*, 12(1), 34–36.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syarifatullah, J., Falatehan, F., & Hariyadi, H. (2022). Analisis Keberlanjutan Pendanaan Badan Layanan Umum pada Pendapatan Petani Kopi di Desa Cinanggela, Kecamatan Pacet, Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 27(3), 454-464.
- Ulya, H. N. (2015). Permintaan, penawaran dan harga perspektif Ibnu Khaldun. *Justitia Islamica*, 12(2), 155.
- Wan Muhammad Fariq, Zamsiswaya, & Tambak, S. (2022). Telaah kepustakaan dan teori: Narrative, systematic review, meta-analysis. *Journal Social Society*, 2(2), 75–84.
- Zamroni, Muhammad Afif, Yudha Munajat, and Saputra & Mulyana. “Pengaruh Media Pembelajaran Poster Dan Video Terhadap Penguasaan Keterampilan Pencak The Effect of Poster and Video Learning Media on the Mastery of Pencak Silat.” *Jurnal Penelitian Pendidikan* 20 Nomor 2 (2020): 145–53.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

Lampiran 1

SK Pembimbing

 IAIN CURUP SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM Nomor : 050/In.34/FS/PP.00.9/02/2025	
Tentang PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II PENULISAN SKRIPSI	
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP	
Menimbang : Mengingat :	1. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud; 2. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut. 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional; 2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi; 3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen; 4. Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan; 5. Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi; 6. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup; 7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: B.11/3/2022, tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2022-2026; 8. Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor : 0318/In.34/2/KP.01/6/05/2022 tentang Penetapan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
MEMUTUSKAN	
Menetapkan Pertama :	Menunjuk saudara: 1. Khairul Umam Khudhori, M.E.I NIP.19900725 201801 1 001 2. Fitmawati, MF NIDN. 2024038902 Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa: NAMA : Zul Chairi NIM : 21681053 PRODI/FAKULTAS : Ekonomi Syariah (ES)/Syariah dan Ekonomi Islam JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Fluktuasi Harga Kopi Terhadap Daya Beli Masyarakat Desa Menurut Teori Islam
Kedua : Ketiga :	Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku; Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan;
Keempat :	Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan
Kelima :	Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan.
Keenam :	Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan.
Ditetapkan di : CURUP Pada tanggal : 12 Februari 2025 Dekan,	
 Dr. Nuhdi M. Ag NIP. 19690206 199503 1 001	
Tembusan : 1. Pembimbing I dan II 2. Biro Hukum IAIN Curup 3. Kepala AU AK IAIN Curup 4. Kepala Perpustakaan IAIN Curup 5. Yang bersangkutan 6. Arsip	

Lampiran 2

SK Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN REJANG LEBONG
**DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**
Jalan Basuki Rahmat No. 10 Kelurahan Dwi Tunggal

SURAT IZIN

Nomor: 503/2805260120/IP/DPMPTSP/V/2025

TENTANG PENELITIAN**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PTSP KABUPATEN REJANG LEBONG**

- Dasar : 1. Keputusan Bupati Rejang Lebong Nomor 14 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Rejang Lebong
 2. -- Hal Rekomendasi Izin Penelitian

Dengan ini mengizinkan, melaksanakan Penelitian Kepada

Nama / TTL : ZUL CHAIRI
 NIM : 21681053
 Program Studi/Fakultas : EKONOMI SYARIAH/ SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
 Judul Proposal Penelitian : **PENGARUH FLUKTUASI HARGA KOPI TERHADAP DAYA BELI MASYARAKAT DESA MENURUT TEORI ISLAM**
 Lokasi Penelitian : KELURAHAN : AIR DUKU
 Waktu Penelitian : 2025-05-28 s/d 2025-08-28
 Pernanggung Jawab : DEKAN

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Harus mentaati semua ketentuan Perundang-undangan yang berlaku.
- Selesai melakukan penelitian agar melaporkan / menyampaikan hasil penelitian kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Rejang Lebong
- Apabila masa berlaku Izin ini sudah berakhir sedangkan pelaksanaan penelitian belum selesai perpanjangan izin Penelitian harus diajukan kembali kepada instansi pemohon
- Izin ini dicabut dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang surat Izin ini tidak menaati mengidahkan ketentuan-ketentuan seperti tersebut diatas.

Demikian Izin ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Dikeluarkan di : C U R U P

Pada Tanggal : 28 Mei 2025

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 KABUPATEN REJANG LEBONG**



ZULKARNAIN, SH
 Pembina
 NIP. 19751010 200704 1 001



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN.

Lampiran 3

SK Selesai Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN REJANG LEBONG
KELURAHAN AIR DUKU
KECAMATAN SELUPU REJANG

Jl. Lintas Curup-Lubuk Linggau KM. 11 Kelurahan Air Duku Kode pos: 39153

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor: 147 55/skdt 2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Lurah Air Duku, Kecamatan Selupu Rejang, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu, menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Zul Chairi
NIM : 21681053
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Eknomi Islam

Telah selesai melaksanakan penelitian di Desa Kelurahan Air Duku, Kecamatan Selupu Rejang, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu untuk memperoleh data guna menyusun tugas akhir skripsi yang berjudul "Pengaruh Fluktuasi Harga Kopi Terhadap Daya Beli Masyarakat Desa Menurut Teori Islam"

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

Air Duku, 07 Juli 2025

HENNY WIDIAWATY, SH
NIP.19720411 199202 2 003

N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X6 Pearson Correlation	.557**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	.995**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000			.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
A7 Pearson Correlation	.557**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	.995**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X8 Pearson Correlation	.557**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	.995**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X9 Pearson Correlation	.557**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1	1.000**	1.000**	1.000**	.995**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X10 Pearson Correlation	.557**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1	1.000**	1.000**	.995**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X11 Pearson Correlation	.557**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1	1.000**	.995**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000

	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X12	Pearson Correlation	.557**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1	.995**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Skor_Tot	Pearson Correlation	.640**	.995**	.995**	.995**	.995**	.995**	.995**	.995**	.995**	.995**	.995**	.995**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5**Hasil Uji Reliabilitas Variabel X****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.989	12

Y6	Pearson Correlation	.557*	1.000*	1.000*	1.000*	1.000*	1	1.000*	1.000*	1.000*	.990**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y7	Pearson Correlation	.557*	1.000*	1.000*	1.000*	1.000*	1.000*	1	1.000*	1.000*	.990**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y8	Pearson Correlation	.557*	1.000*	1.000*	1.000*	1.000*	1.000*	1.000*	1	1.000*	.990**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y9	Pearson Correlation	.557*	1.000*	1.000*	1.000*	1.000*	1.000*	1.000*	1.000*	1	.990**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Skor_Total	Pearson Correlation	.667*	.990**	.990**	.990**	.990**	.990**	.990**	.990**	.990**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 7**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.980	9

Lampiran 8

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.09216927
Most Extreme Differences	Absolute	.468
	Positive	.331
	Negative	-.468
Test Statistic		.468
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 9

Data Mentah Uji Regresi Linier Sederhana dan Persial (Uji T)

Persepsi Harga	Daya Beli
55	45
60	45
45	45
60	45
55	45
55	36
59	44
60	45
60	45
59	44
58	45
60	43
58	45
60	45
60	43
60	45
60	45
48	36
59	44
60	43
60	45
58	44
60	45
60	45
60	43
58	45
60	42
60	45
60	43
48	36
59	44
55	45

Lampiran 10**Hasil Uji Hasil Uji Regresi Linier Sederhana****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.207	5.965		3.723	.001
Persepsi_Harga	.369	.103	.549	3.593	.001

a. Dependent Variable: Daya_Beli

Lampiran 11

Hasil Uji Hasil Persial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.207	5.965		3.723	.001
Persepsi_Harga	.369	.103	.549	3.593	.001

a. Dependent Variable: Daya_Beli

Lampiran 12**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.549 ^a	.301	.278	2.232

a. Predictors: (Constant), Persepsi_Harga

Lampiran 15

Instrumen Penelitian

Dengan hormat,

Perkenalkan:

Nama : Zul Chairi
Program Studi : Ekonomi Syariah IAIN Curup
Domisilin : RT 15 RW 03, Air Duku

Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian sebagai bagian dari penyusunan skripsi. Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini. Data yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan akan digunakan sebagai bahan penelitian dan dijamin kerahasiaannya.

Adapun judul skripsi yang saya angkat adalah:

”PENGARUH PERSEPSI HARGA KOPI TERHADAP DAYA BELI MASYARAKAT DESA MENURUT TEORI ISLAMI”

Data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i sangat berarti dan akan sangat membantu dalam melancarkan penyusunan skripsi ini. Atas perhatian dan bantuannya, saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Domisilin :

DAFTAR KUESIONER:

Mohon untuk memberikan tanda (✓) pada setiap pernyataan yang Anda pilih

Keterangan:

SS= Sangat Setuju (5)

S= Setuju (4)

N= Netral (3)

TS= Tidak Setuju (2)

STS= Sangat Tidak Setuju (1)

Variabel X : Persepsi Harga

No	Indikator X	Pernyataan	Keterangan				
			SS	S	N	TS	STS
1.	Keterjangkauan harga	Harga kopi yang ditetapkan masih terjangkau oleh masyarakat.					
		Harga kopi sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat Kelurahan Air Duku.					
		Harga kopi tidak terlalu membebani ekonomi keluarga.					
2.	Keadilan harga (disesuaikan dengan prinsip Islam)	Harga kopi ditetapkan secara adil tanpa merugikan salah satu pihak.					
		Penjual tidak mengambil keuntungan yang berlebihan dalam menetapkan harga kopi.					
		Harga kopi sesuai dengan prinsip kejujuran dan keadilan dalam Islam.					

No	Indikator X	Pernyataan	Keterangan				
			SS	S	N	TS	STS
3	Kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat	Harga bahan baku seperti bibit kopi dan pupuk yang meningkat dapat menyebabkan kenaikan harga kopi.					
		Meningkatnya upah pekerja juga akan mempengaruhi biaya produksi dan harga kopi.					
		Biaya pabrik seperti energi dan bahan bakar mesin juga dapat meningkatkan biaya produksi dan harga kopi.					
4.	Transparansi harga	Harga kopi sesuai dengan kualitas rasa dan manfaat yang diperoleh konsumen.					
		Informasi tentang harga kopi mudah diakses oleh masyarakat.					
		Harga kopi ditentukan secara terbuka dan tidak ada yang disembunyikan.					

Variabel Y : Daya Beli

No	Indikator Y	Pernyataan	Keterangan				
			SS	S	N	TS	STS
1.	Pendapatan	Pendapatan usahatani, yang mencakup hasil panen dan pendapatan dari kegiatan lain, menjadi indikator penting dalam mengukur daya beli petani dan kesejahteraan mereka.					
		Pernyataan nilai tukar petani NTP yang tinggi dapat meningkatkan daya beli petani, karena dapat membeli lebih banyak barang dan jasa dengan hasil pertanian					
		Pendapatan keluarga petani, yang mencakup berbagai sumber penghasilan, memberikan gambaran lebih komprehensif tentang kemampuan daya beli rumah tangga petani.					

No	Indikator Y	Pernyataan	Keterangan				
			SS	S	N	TS	STS
		Produksi petani meningkat maka pendapatan petani juga meningkat, dan akan berpengaruh pada daya beli yang mereka butuhkan untuk kesejahteraan.					
2.	Tingkat Inflansi	Indeks Harga Konsumen (IHK) menjadi indikator penting dalam mengukur tingkat inflasi dan dampak terhadap daya beli masyarakat.					
		Deflator PDB, yang mencerminkan perubahan harga barang dan jasa yang diproduksi di suatu negara, dapat memberikan gambaran tentang perubahan daya beli masyarakat secara makro.					
		Pengendalian inflasi baik sekarang atau masa depan akan membantu meningkatkan daya beli masyarakat, sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup					
3.	Harga Barang	Keterjangkauan harga produk atau jasa merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen dan kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan.					
		Kesesuaian harga dengan nilai atau manfaat yang diterima konsumen menjadi penentu utama dalam persepsi nilai dan daya beli produk.					
		Daya saing harga, yang mengacu pada kemampuan bisnis untuk menawarkan harga yang kompetitif, menjadi faktor penting dalam menarik konsumen dan meningkatkan daya beli.					

Lampiran 16**Dokumentasi**