

1. Data Produksi Kopi di Sulawesi Priode Tahun 2017-2021.....
2. Daftar Coffee Shop di Kota Makassar
3. Penelitian Terdahulu.....
4. Indikator Pengukuran Perilaku Konsumen.....
5. Skoring Indikator dengan Skala Likert
6. Interval Skoring per Indikator Perilaku Konsumen
7. Interval Skoring per Variabel Perilaku Konsumen
8. Interval Skoring Perilaku Konsumen
9. Bobot Penilaian Kuisisioner Variabel Pemilihan Produk.....
10. Bobot Penilaian Kuisisioner Variabel Harga
11. Bobot Penilaian Kuisisioner Variabel Waktu Pembelian
12. Bobot Penilaian Kuisisioner Variabel Jumlah Pembelian
13. Bobot Penilaian Kuisisioner Variabel Metode Pembayaran.....
14. Karyawan Coffee Shop “JJ”.....
15. Identitas Informan Coffee Shop “JJ”.....
16. Identitas Responden Konsumen Coffee Shop “JJ” Berdasarkan Usia.....
17. Identitas Responden Kosumen Coffee Shop “JJ” Berdasarkan Jenis Kelamin
18. Identitas Responden Konsumen Coffeee Shop “JJ” Berdasarkan Pekerjaan
19. Menu Kopi Signature pada Coffee Shop “JJ” per Bulan
20. Respon Konsumen Offline Terhadap Variabel Pemilihan Produk ...
21. Respon Konsumen Online Terhadap Variabel Pemilihan Produk

22. Kategori Tingkat Perilaku Kosumen Berdasarkan Pemilihan Produk
23. Respon Konsumen Offline Terhadap Variabel Harga
24. Respon Konsumen Online Terhadap Variabel Harga
25. Kategori Tingkat Perilaku Kosumen Berdasarkan Harga
26. Respon Konsumen Offline Terhadap Variabel Waktu Pembelian....
27. Respon Konsumen Online Terhadap Variabel Waktu Pembelian
28. Kategori Tingkat Perilaku Konsumen Berdasarkan Waktu Pembelian
29. Respon Konsumen Offline Terhadap Variabel Metode Pembayaran
30. Respon Konsumen Online Terhadap Variabel Metode Pembayaran
31. Kategori Tingkat Perilaku Kosumen Berdasarkan Metode Pembayaran
32. Respon Konsumen Offline dan Online Terhadap Variabel Jumlah Pembelian
33. Kategori Tingkat Perilaku Kosumen Berdasarkan Jumlah Pembelian
34. Rekapitulasi Kategori Tingkat Perilaku Kosumen
35. Hasil Uji Validitas
36. Hasil Uji Reliabilitas
37. Hasil Mann Whitney U-Test
38. Hasil Test Statistic

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Teks	Halaman
--------	------	---------

No table of figures entries found.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara penghasil kopi sekaligus pengekspor biji kopi di Dunia. Indonesia menempati urutan keempat setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia dengan total jumlah produksi pada tahun 2017 mencapai 660.000 ton biji kopi. Berdasarkan data USDA, di antara negara-negara kawasan ASEAN, Indonesia dikenal sebagai produsen dan eksportir kopi terbesar kedua setelah Vietnam. Iklim tropis dan kondisi geografis serta suhu yang mendukung menjadikan Indonesia sebagai tempat yang berpotensi baik untuk budidaya kopi. Jenis kopi yang dibudidayakan di Indonesia diantaranya adalah jenis arabika, robusta, liberika, dan ekselsa. Jenis kopi robusta mendominasi produksi kopi Indonesia yaitu sebesar 81,87% dari total jumlah produksi biji kopi pada tahun 2016, sementara sisanya sebesar 18,13% adalah kopi jenis arabika (BPS, 2018).

Kopi (*Coffea* sp) merupakan suatu jenis tanaman tropis. Kopi juga merupakan minuman yang tidak mengandung alkohol dan memiliki kafein. Banyak manfaat yang didapatkan dari mengkonsumsi kopi, diantaranya kafein yang terkandung didalamnya dapat meningkatkan laju metabolisme tubuh. Bagi sebagian orang dengan rutinitas yang mengharuskan mereka untuk beraktivitas di malam hari, kopi bisa menjadi alternatif minuman yang baik karena kandungan kafein yang dimilikinya dapat mengatasi rasa kantuk. Kopi juga mempunyai sifat sebagai anti bakteri yang baik hingga memungkinkan untuk menyembuhkan berbagai masalah yang berkaitan dengan kesehatan (Panggabean, 2012).

Andiani (2018) menyatakan bahwa kebiasaan meminum kopi bagi sebagian masyarakat sudah menjadi gaya hidup atau *lifestyle* yang terus berkembang. Gaya hidup meminum kopi yang dianut oleh masyarakat Indonesia menimbulkan potensi yang positif bagi pertumbuhan permintaan kopi dalam negeri. Fakta menunjukkan bahwa tingkat konsumsi kopi masyarakat Indonesia sendiri masih jauh lebih rendah dibandingkan negara-negara bagian Eropa dan Amerika. Secara umum, Indonesia termasuk salah satu konsumen kopi dengan konsumsi 6,38% dari konsumsi total negara eksportir kopi dunia. Data yang dikeluarkan oleh *International Coffee Organization (ICO)* menunjukkan bahwa negara Finlandia merupakan negara dengan tingkat konsumsi kopi tertinggi di dunia yaitu sebanyak 12 kg perkapita pertahunnya.

Sulawesi Selatan memiliki potensi dalam pengembangan kopi di Kawasan Indonesia Timur. Areal penanaman yang terbilang luas dan hasil produksi biji kopi yang tinggi membuat Sulawesi Selatan memiliki potensi di beberapa Provinsi di pulau Sulawesi.

Tabel 1. Data Produksi Kopi di Sulawesi Priode Tahun 2017-2021.

No.	Provinsi	Tahun				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	Sulawesi Utara	3.478	3.892	3.730	3.705	3.697
3	Sulawesi Tengah	2.688	2.817	2.588	2.594	2.622
4	Sulawesi Selatan	33.486	34.716	34.665	33.728	36.014
5	Sulawesi Barat	3.308	3.198	4.132	4.300	4.331
6	Sulawesi Tenggara	2.668	2.492	2.765	2.798	2.762
6	Gorontalo	200	165	139	139	160

Sumber: *Direktorat Jenderal Perkebunan*

Penyajian kopi di Kota Makassar banyak dilakukan pada kedai kopi atau biasa juga disebut *Coffee Shop* yang sering dicari oleh banyak kalangan masyarakat terutama kalangan anak muda atau milineal. Usaha kedai kopi

mengusung konsep tempat, penjualan, kemasan, menu, serta pelayanan yang menarik. Kemunculan *Coffee Shop* yang sukses membuat pelaku usaha banyak yang terinspirasi dan mulai mengembangkan usaha *Coffee Shop*. Berikut ini daftar beberapa *Coffee Shop* yang ada di Kota Makassar.

Tabel 2. Daftar *Coffee Shop* di Kota Makassar

No	Nama <i>Coffee Shop</i>	Alamat di Makassar
1	Kopi Kenangan	Trans Mall Makassar
2	Crematology	Jln.Metro Tanjung Bunga
3	Kopi Janji Jiwa	Nipah Mall
4	Janji Jiwa	Jln. Alauddin
5	Kata Kopi	Jln. Rappocini
6	Anomali Café	Jln. DR.Ratulangi
7	Kopi Teori	Jln.Beruang
8	Kopi Soe	Jln.Pelita Raya
9	Ka Ga Nga Kopi	Jln. Boungevillie
10	Upnormal	Nipah Mall
11	My Kopi O	Nipah Mall
12	Excelso	Nipah Mall
13	Urban Latte	Mall Panakkukang
14	Maxx Coffee	Mall Panakkukang
15	J.Co Coffee	Mall Panakkukang
16	Starbucks	Trans Mall Makassar
17	Kopi Phoenam	Jln.DR Ratulangi
18	Janji Jiwa	Nipah Mall
19	Kopi Janji Jiwa	Jl. Hertasning
20	Kopi Janji Jiwa	Makassar Town Square
21	Kopi Janji Jiwa	Jl. Tamalanrea
22	Coffee Toffee	Mall Ratu Indah
23	Coffee Lovers	Jln. Urip Sumiharjo
24	Kopi Hub	Jln. Perintis Kemerdekaan
25	The Coffee Bean & Tea Leaf	Trans Studio Mall

Sumber: *Badan Pusat Statistik Sulsel, 2020.*

Salah satu *Coffee Shop* yang berdiri di Makassar adalah “JJ” yang merupakan *Coffee Shop franchise* dari PT. Luna Boga Narayan yang dapat memberikan persaingan terhadap industri kedai kopi yang ada di Makassar.

Zaman sekarang banyak toko dengan konsep penjualan *Online* yang bertaburan dan tergolong unik dan mudah. Toko dengan konsep penjualan *Offline*

seperti pusat perbelanjaan banyak juga berdiri di samping keberadaan toko *Online*. Belanja *Offline* maupun *Online* sama-sama bertujuan membeli suatu produk, hanya saja berbeda dari segi metode pembeliaannya. Metode pembelian produk merupakan pilihan bagi konsumen yang akan berbelanja. Memilih belanja *Offline* maupun *Online* keduanya mempunyai kekuatan dan kelemahan Berbelanja *Offline* mengharuskan konsumen datang langsung ke toko, hal ini tidak berlaku pada masyarakat yang memiliki kesibukan serta tidak memiliki cukup waktu, sehingga alternatif pilihan yang dipilih adalah dengan belanja *Online*. Banyak hal yang menjadi aspek terjadinya keputusan dalam pembelian suatu produk baik itu belanja *Online* atau *Offline*. Aspek yang dapat mempengaruhi pilihan dalam pembelian suatu produk dapat dilihat dari karakter dan perilaku setiap konsumen.

Tingginya tingkat konsumsi kopi di Indonesia menjadi peluang besar pelaku usaha *Coffee Shop* dalam mengembangkan usahanya. Timbulnya para pesaing membuat pelaku usaha berusaha menyesuaikan keinginan konsumen dengan produk-produk yang mereka tawarkan sehingga timbul berbagai variasi-variasi produk yang ditawarkan, sehingga konsumen semakin selektif dalam melakukan keputusan pembelian minuman kopi. Fenomena tersebut membuat penulis tertarik melakukan sebuah penelitian dengan judul **”Komparasi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Minuman Kopi secara *Online* dan *Offline*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu:

1. Apa saja jenis produk, berapa harga dan jumlah penjualan minuman kopi yang ada pada *outlet Coffee Shop “JJ”* di BTP Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar?
2. Bagaimana sistim pemasaran secara *Online* dan *Offline* pada *outlet Coffee Shop “JJ”* di BTP Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar?
3. Bagaimana kategori perilaku konsumen dalam pembelian minuman kopi secara *Online* dan *Offline* pada *outlet Coffee Shop “JJ”* di BTP Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar?
4. Bagaimana komparasi perilaku konsumen dalam pembelian minuman kopi secara *Online* dan *Offline* pada *outlet Coffee Shop “JJ”* di BTP Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada rumusan masalah maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Mendeskripsikan jenis produk, harga dan jumlah penjualan minuman kopi pada *outlet Coffee Shop “JJ”* di BTP Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar.
2. Mendeskripsikan sistim pemasaran secara *Online* dan *Offline* yang diterapkan pada *outlet Coffee Shop “JJ”* di BTP.
3. Menganalisis kategori perilaku konsumen dalam minuman kopi secara *Online* dan *Offline* pada *outlet Coffee Shop “JJ”* di BTP.

4. Menganalisis komparasi perilaku konsumen *outlet Coffee Shop “JJ”* di BTP dalam pengambilan keputusan pembelian secara *Online* dan *Offline*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, penelitian ini dapat menjadi pengalaman baru dan mendapat pengetahuan baru, serta sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi dan mendapat gelar Sarjana Pertanian Universitas Muslim Indonesia.
2. Bagi masyarakat atau peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan menjadi tambah pengetahuan dan informasi atau sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya.
3. Bagi *Coffe Shop “JJ”*, hasil penelitian semoga dapat memberikan tambahan informasi dalam melihat strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha.