



JMBK
Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif
<https://journal.ubpkarawang.ac.id>

P-ISSN: 2528-0597
E-ISSN: 2589-5428

Analisis Komparatif Kualitas Produk Kopi Gunung Sanggabuana Loji Karawang

Robby Fauji^{1*}, Sihabudin², Yudi Firmansyah³

¹robby.fauji@ubpkarawang.ac.id

²sihabudin@ubpkarawang.ac.id

³yudifirmansyah@ubpkarawang.ac.id

A B S T R A C T

The area to the south of Karawang, to be precise in Mekarbuana Village, Tegalwaru District, is a protected area used as a tourist area. The main object is the natural tourism of Mount Sanggabuana with an altitude of 1,074 mdpl.. One of the potentials in Mekarbuana Village is the potential for coffee farming, for available rice fields covering an area of 1.71 km², plantations covering an area of 6.01 km² with forest covering an area of 1.2 km² and ponds or ponds covering an area of 0.02 km². The data analysis method used is quantitative research and uses a quantitative descriptive research method design: a comparative study. The sample used in this study were 98 respondents who were consumers in Karawang Regency who had bought "Hideung Coffee" and "Sanggabuana Coffee". This research uses analysis of paired sample test which is a statistical test used to test the average difference between two paired or interrelated variables. Based on the results of the Paired Sample T-Test conducted on the quality of Hideung Coffee and KoSa Coffee, a p-value of 0.605 was obtained which was greater than the specified significance level (usually 0.05). This shows that there is no significant difference between the average quality of Hideung Coffee and KoSa Coffee. We can maintain the null hypothesis which states that there is no significant difference between the two coffee products

A B S T R A K

Kawasan di sebelah selatan karawang tepatnya di Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru merupakan Kawasan Lindung yang dimanfaatkan menjadi kawasan wisata. objek utama yaitu wisata alam gunung sanggabuana dengan ketinggian 1.074 Mdpl. Salah satu potensi di Desa Mekarbuana yaitu potensi Pertanian kopi, untuk luas sawah yang tersedia seluas 1,71Km², perkebunan 6,01 Km² dengan hutan 1,2 Km² dan kolam empang atau tambak seluas 0,02 Km². Metode analisis data yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif desain: studi komparatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 98 responden yang merupakan konsumen di Kabupaten Karawang yang pernah melakukan pembelian "Kopi Hideung" dan "Kopi Sanggabuana". Penelitian ini menggunakan analisis Uji *paired sample* merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata dua variabel yang berpasangan (paired) atau saling terkait.. Berdasarkan hasil Uji *Paired Sample* T-Test yang dilakukan pada kualitas produk

Kopi Hideung dan Kopi KoSa, nilai p-value yang diperoleh adalah 0.605 yang lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditentukan (biasanya 0,05). Ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara rata-rata kualitas produk Kopi Hideung dan Kopi KoSa. Kita dapat mempertahankan hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara kedua produk kopi tersebut

1. Pendahuluan

Kabupaten Karawang terletak di Provinsi Jawa Barat berdekatan dengan ibukota Negara yaitu DKI Jakarta dan ibu Kota Provinsi yaitu Kota Bandung. Berkaitan dengan letak Kabupaten yang strategis ini perkembangan Kabupaten Karawang sangat cepat baik pembangunan industri, perumahan, perdagangan dan jasa maupun pariwisatanya.

Kabupaten Karawang sebagai lokasi yang ditetapkan sebagai lumbung padi Jawa Barat kini berdampingan dengan adanya kawasan industri, tentunya beriringan dengan hal tersebut pembangunan perumahan pun semakin banyak dengan majunya industrialisasi. Adanya Industrialisasi dan pembangunan perumahan yang sangat pesat tentunya masyarakat Kabupaten Karawang membutuhkan tempat dimana mereka bisa melepaskan penat atas kegiatan pekerjaannya sehari-hari, maka dibutuhkannya tempat rekreasi sebagai tempat wisata di Kabupaten Karawang.

Kawasan di sebelah selatan karawang tepatnya di Desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru sebagai Kawasan Lindung yang dimanfaatkan menjadi kawasan wisata, kawasan wisata alam di Desa Mekarbuana ini harus mampu mempertahankan dan mengakomodasi hal-hal yang menjadi kriteria sebagai kawasan lindung. kelestarian lingkungan hidup yang mencakup sumber daya alam dan sumber daya buatan serta nilai sejarah dan budaya merupakan modal yang dimiliki oleh wisata alam di Desa Mekarbuana ini. Tata ruang menjadi menjadi faktor penting, karena sesuai dengan Undang- Undang No 26 Tahun 2007 tentang Penataan ruang tata ruang sebagai wujud struktur ruang dan pola ruang, baik yang direncanakan maupun tidak. Dapat diartikan bahwa penataan ruang wilayah merupakan bagian dari pengembangan wilayah. Adapun Penataan ruang wilayah Kabupaten Karawang bertujuan untuk mewujudkan pemanfaatan sumberdaya ruang yang optimal, efektif dan efisien serta serasi dengan penataan ruang nasional, provinsi serta wilayah sekitarnya menuju kualitas kehidupan yang lebih baik dalam mewujudkan Kabupaten Karawang sejahtera

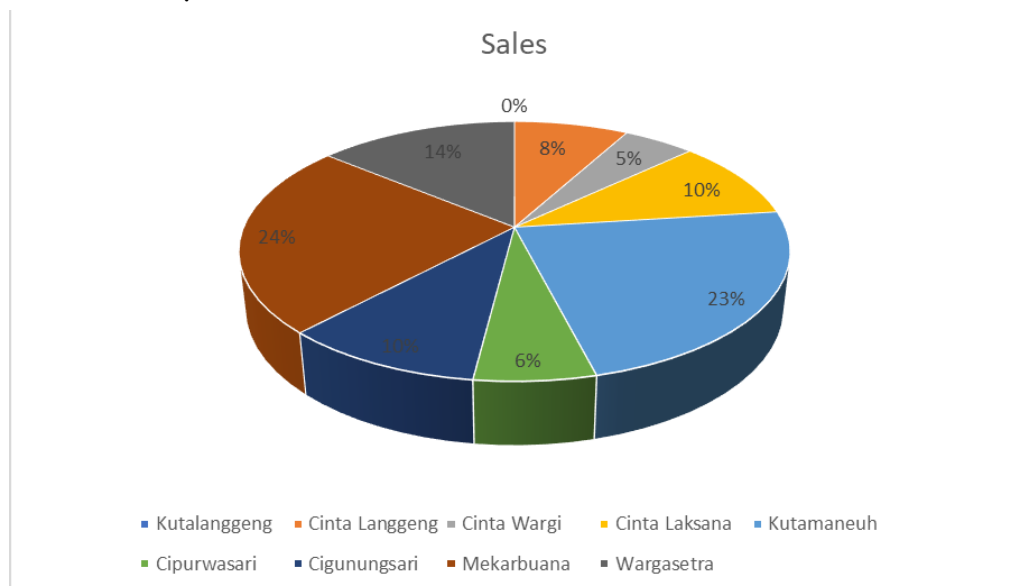
Kecamatan Tegalwaru ditetapkan menjadi kawasan lindung, kawasan lindung terbagi atas kawasan hutan lindung, kawasan yang memberikan perlindungan terhadap kawasan Bawahannya, kawasan perlindungan setempat, kawasan rawan bencana alam, kawasan pelestarian alam dan cagar budaya, kawasan lindung geologi; dan kawasan lindung lainnya. Selain Kawasan Lindung berkaitan dengan Kondisi geografinya kecamatan Tegalwaru berada di selatan karawang dengan kondisi alam pegunungan ditetapkan sebagai kawasan resapan air.

Kecamatan Tegalwaru merupakan salah satu dari 30 Kecamatan yang termasuk dalam wilayah Kabupaten Karawang, Letak geografisnya berada di sebelah Selatan Kabupaten Karawang, berbatasan dengan :

- Sebelah Utara : Kecamatan Pangkalan
- Sebelah Barat : Kecamatan Pangkalan
- Sebelah Selatan : Kabupaten Cianjur
- Sebelah Timur : Kecamatan Ciampel dan Kabupaten Purwakarta

Luas Wilayah Kecamatan Tegalwaru $\pm 107,68 \text{ Km}^2$, Terdiri dari 9 Desa Administratif :

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| 1. Desa Cipurwasari | 6. Desa Cinta Wargi |
| 2. Desa Cigunungsari | 7. Desa Cinta Laksana |
| 3. Desa Mekar Buana | 8. Desa Kita Langgeng |
| 4. Desa Warga Setra | 9. Desa Cintalanggeng |
| 5. Desa Kutamaneuh | |



Gambar 1.1
Diagram Luas Wilayah per Desa Kecamatan Tegalwaru

Kecamatan Tegalwaru terbagi atas 9 Desa dimana Desa Mekarbuana yang merupakan wilayah penelitian mempunyai persentase luas wilayah 24% atau seluas 21,22 Ha yang merupakan Desa dengan Luas wilayah terbesar di Kecamatan Tegalwaru.

Desa Mekarbuana merupakan lokasi pengabdian yang berada di Kecamatan Tegalwaru yang berbatasan dengan :

- Sebelah Utara : Desa Wargasetra Kec Tegalwaru
- Sebelah Barat : Kab Bogor
- Sebelah Selatan : Kab Cianjur
- Sebelah Timur : Desa Cintelaksana Kec Tegalwaru.

Tabel 1

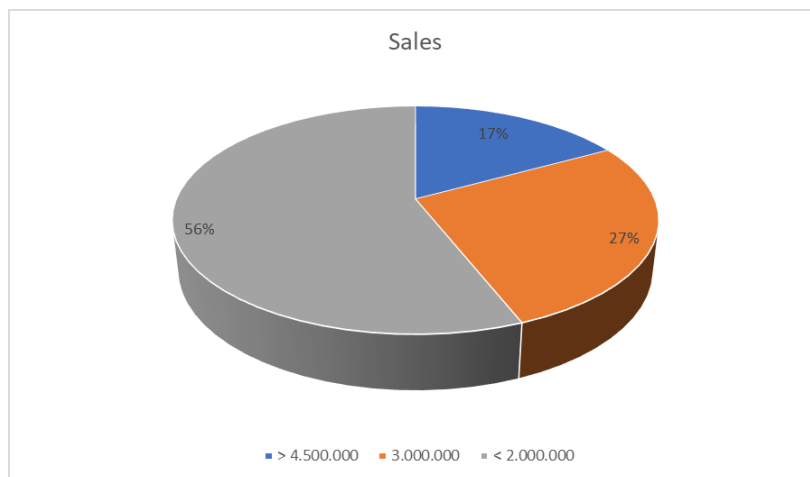
Sosial Masyarakat Desa Mekarbuana

Luas	Jumlah	Jumlah	Persentasi	Persentase jumlah
Wilayah/ Ha	Rumah Tangga	Penduduk/Jiwa	jumlah penduduk Laki- Laki	penduduk Perempuan
21,22	1.336	4.541	0,51	0,49

Sumber : KCDA Tegalwaru 2016

Desa Mekarbuana Dengan Luas wilayah 21,22 Ha dengan jumlah jumlah Rumah tangga 1.336 dan jumlah penduduk sebanyak 4.541 Jiwa dengan persentase penduduk 0,51 persen laki laki dan 0,49 persen perempuan dengan menganut agama islam sebanyak 99,8 Persen dan 0.2 Kristen protestan. Desa Mekarbuana ini berada di rata – rata ketinggian 200 Meter dari permukaan Laut, dengan jarak antara kantor Desa Ke Pusat Kota sejauh 40 Kilometer. Menurut BPS KDA Tahun 2016 Desa Mekarbuana ini dengan status desa Tidak tertinggal yang terdiri dari 4 Dusun, 4 Rw dan 12 Rt.

Penghasilan masyarakat Desa Mekarbuana 56% berpenghasilan dibawah 2.000.000, 27% berpenghasilan 3.000.000 dan 17% berpenghasilan diatas 4.500.000. Penduduk mekarbuana berpenghasilan masih mengandalkan dengan potensi pertaniannya yaitu dengan berprofesi sebagai petani tetapi masih belum banyak masyarakat yang mengandalkan adanya wisata bagi penghasilan



Gambar 1.2

Penghasilan Masyarakat Lokal (Sumber : Hasil Analisis 2017)

Desa Mekarbuana memiliki potensi kawasan wisata yang sangat besar. Kawasan wisata di desa Mekarbuana Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang ini merupakan lokasi di sebelah selatan kabupaten Karawang, lokasi wisata ini dengan objek utama yaitu wisata alam gunung Sanggabuana dengan ketinggian 1.074 Mdpl. Pegunungan Sanggabuana berasal dari kata “Sangga” yang artinya sembilan menandakan Wali Sembilan dan “Buana” yang artinya tempat yang sering digunakan untuk berkumpul, dalam penyebaran agama Islam ke beberapa daerah seperti Cirebon, Garut, Pamijahan Tasikmalaya, Banten, Demak, Kudus, dan lain-lainnya. Dapat disimpulkan arti Sanggabuana secara lengkap kira-kira adalah “Tempat Berkumpulnya Wali Sembilan yang juga dikenal dengan sebutan Wali Songo” Status Kawasan hutan gunung sanggabuana saat ini berstatus kawasan Lindung sehingga perlunya pengendalian kawasan agar sesuai dengan status dan fungsi kawasan sebagai wilayah resapan air kabupaten Karawang. Semakin berkembangnya objek wisata di sanggabuana ini dikhawatirkan memberikan masalah lingkungan baru sehingga perlu adanya konsep atau manajemen wisata yang baik, seiring dengan berkembangnya objek wisata di sanggabuana ini seharusnya dapat memberikan dampak positif bagi warga setempat dengan cara memberdayakan warga setempat sebagai pekerja di lokasi wisata.

Selain Potensi Wisata, terdapat potensi lain di Desa Mekarbuana seperti potensi pertanian perkebunan dan Industri. Salah satu potensi di Desa Mekarbuana yaitu potensi Pertanian, untuk luas sawah yang tersedia seluas 1,71Km², perkebunan 6,01 Km² dengan hutan 1,2 Km² dan kolam empang atau tambak seluas 0,02 Km². Desa Mekarbuana juga salah satu Desa yang mempunyai hutan dengan status milik Negara seluas 10,81 Ha. Adapun Potensi Industri dari kayu sebanyak 3 Industri dan industri anyaman sebanyak 5 Industri, Industri Kain sebanyak 3 Industri. Potensi pertanian yang saat ini akan kami kembangkan dalam rangka membangun wisata baru adalah pada

pertanian kopi, dengan konsep kampung kopi menuju ekowisata. Pengembangan produk kopi yang sudah ada di Mekarbuana sudah dikelola dengan baik oleh BUMDES Buana Mekar pada Desa Mekar Buana hal ini menjadi salah satu faktor pendorong untuk mengembangkan kampung kopi berbasis ekowisata. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik mengambil penelitian yang berjudul “- Analisis Komparatif Kualitas Produk Kopi Gunung Sanggabuana Loji Karawang (Studi Antara “Kopi Hideung” Dan “Kopi Sanggabuana”)

2. Tinjauan Pustaka

2.1.1 Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran menurut (Kotler, Keller, & Manceau, 2015) merupakan seni sekaligus seni untuk melakukan pilihan pada sebuah pasar sasaran dan kemampuan dalam menumbuhkan, meraih, mengkomunikasikan dan mempertahankan pelanggan sehingga mampu menghantarkan nilai dengan baik. Sedangkan menurut AMA (Asosiasi Marketing Amerika) dalam (Kotler, 2017) merupakan sebuah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pengangku kepentingannya.

2.1.2 Kopi

2.1.2.1 Definisi Kopi

Jika melihat dari asal nama latinnya, kata kopi berasal dari bahasa Arab. Dalam kata qahwah yang memiliki arti kekuatan. Sebab di awal kehadiran kopidigunakan sebagai makanan berenergi tinggi.

Kata qahwah kembali berubah menjadi kahveh yang berasal dari bahasa Turki. Kemudian berubah lagi menjadi koffie dalam bahasa Belanda. Selanjutnya penggunaan kata koffie langsung diserap dalam bahasa Indonesia. Tak lain menjadi kata kopi yang dikenal saat ini.

Kopi merupakan sejenis minuman yang berasal dari proses pengolahan biji tanaman kopi. Kopi digolongkan ke dalam famili Rubiaceae dengan genus Coffea. Secara umum kopi hanya memiliki dua spesies yaitu Coffea arabica dan Coffea robusta (Saputra E., 2008).

Kopi dapat digolongkan sebagai minuman psikostimulan yang akan menyebabkan orang tetap terjaga, mengurangi kelelahan, dan memberikan efek fisiologis berupa peningkatan energi (Bhara L.A.M., 2005).

2.1.2.2 Jenis-Jenis Kopi

Jenis-jenis kopi berdasarkan pengolahannya terdiri dari:

a. Kopi Bubuk

Pengolahan kopi bubuk hanya ada tiga tahapan yaitu: penyangraian (roasting), penggilingan (grinding) dan pengemasan. Penyangraian sangat menentukan warna dan cita rasa produk kopi yang akan dikonsumsi

sedangkan penggilingan yaitu menghaluskan partikel kopi sehingga dihasilkan kopi coarse (bubuk kasar), medium (bubuk sedang), fine (bubuk halus), very fine (bubuk amat halus). Pilihan kasar halusnya bubuk kopi berkaitan dengan cara menyeduh kopi yang digemari oleh masyarakat (Ridwansyah, 2002). Kopi bubuk yang langsung diseduh dengan air panas akan meninggalkan ampas di dasar cangkir. Kopi bubuk mempunyai kandungan kafein sebesar 115 mg per 10 gram kopi (\pm 1-2 sendok makan) dalam 150 ml air (Dollemore D. dan Mark Giuliucci, 2001).

b. Kopi Instan

Kopi instan dibuat dari ekstrak kopi dari proses penyangraian. Kopi sangrai yang masih melalui tahapan: ekstraksi, drying (pengeringan) dan pengemasan. Kopi yang telah digiling, diekstrak dengan menggunakan tekanan tertentu dan alat pengeksrak. Ekstraksi bertujuan untuk memisahkan kopi dari ampasnya. Proses drying bertujuan untuk menambah daya larut kopi terhadap air, sehingga kopi instan tidak meninggalkan endapan saat diseduh dengan air (Ridwansyah, 2002). Kopi instan mempunyai kandungan kafein sebesar 69-98 mg per sachet kopi dalam 150 ml air (Dollemore D. dan Mark Giuliucci, 2001). Kualitas Produk

Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil lebih dari yang diharapkan (Rosyada, 2011). Kualitas merupakan hal yang sangat penting dalam menentukan posisi. Kualitas produk melambangkan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya meliputi keawetan, keandalan, kemudahan penggunaan dan perbaikannya, dan sifat lainnya.

Menurut David Garvin, untuk menentukan dimensi kualitas produk, dapat melalui beberapa dimensi sebagai berikut (Husein dalam Rosyada, 2011):

1. *Perfomance*, hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
2. *Features*, yaitu aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
3. *Reliability*, hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
4. *Conformance*, hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
5. *Durability*, merupakan suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.
6. *Service ability*, yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan,

kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang.

7. *Asthetics*, merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.

Kerangka Pemikiran

Komoditas perkebunan saat ini menjadi sumber devisa kedua bagi negara-negara di dunia setelah minyak bumi dalam perdagangan global. Salah satu komoditas perkebunan yang berperan penting dan terus berkembang adalah kopi, terus memberikan sumbangan yang cukup besar bagi devisa negara. Selain itu, komoditas ini dapat menjadi penyedia lapangan kerja dan sumber pendapatan bagi petani pekebun kopi maupun bagi pelaku ekonomi lainnya yang terlibat dalam budidaya, pengolahan, serta dalam mata rantai pemasaran kopi di dunia (United States Department of Agriculture, 2014). Secara global Industri kopi sudah mampu menyerap dan mempekerjakan lebih kurang 25 juta pekerja dari seluruh dunia (World coffee trade, 2020).

Indonesia merupakan Negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia pada tahun 2015, yang pada urutan pertama adalah Negara Brazil, urutan kedua adalah Negara Vietnam dan pada urutan ketiga adalah Negara Kolombia (FAOSTAT, 2016). Perkembangan konsumsi kopi dikalangan masyarakat luas juga mengalami perubahan setiap zamannya. Tidak hanya digemari oleh orang tua, kopi saat ini bukan hanya untuk penghilang rasa kantuk. Kaum muda atau Generasi Z saat ini juga gemar mengonsumsi kopi untuk mendukung juga gaya hidup suka nongkrong atau Hangout bersama teman-teman. Sehingga kopi saat ini selalu diharapkan menghasilkan kualitas yang baik. Menurut (Rosyada, 2011) Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil lebih dari yang diharapkan (Rosyada, 2011). kopi sendiri adalah minuman yang sering kali dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia karena memiliki aroma dan cita rasa yang khas dan diharapkan bisa ekspektasi penikmat kopi saat ini.

3. Metode Penelitian

Metode analisis data yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif desain: studi komparatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 98 responden yang merupakan konsumen di Kabupaten Karawang yang pernah melakukan pembelian “Kopi Hideung” dan “Kopi Sanggabuana”. Penelitian ini menggunakan analisis Uji paired sample merupakan uji statistik yang digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata dua variabel yang berpasangan (paired) atau saling terkait. Uji ini digunakan untuk menentukan apakah perbedaan rata-rata antara dua kelompok sampel yang berpasangan tersebut signifikan atau tidak. Uji ini juga digunakan untuk menentukan apakah perubahan dalam suatu variabel yang diukur sebelum dan sesudah suatu intervensi signifikan atau tidak.. Tingkat signifikansi adalah 5% ($\alpha = 0,05$).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Profil Responden

Penelitian yang dilakukan adalah mengenai kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada johan futsal. Peneliti membuat dan menyebarkan kuesioner sebanyak 98, dengan karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin dan usia. Hasil yang diperoleh dari penyebaran kuesioner memperlihatkan karakteristik responden yang berbeda-beda yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1

Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	73	74,5
Perempuan	25	25,5
Total	98	100

Sumber : Data kuesioner yang diolah (2019).

Berdasarkan tabel 4.1 mengenai jenis kelamin konsumen, memperlihatkan jenis kelamin laki-laki adalah responden terbanyak.

Tabel 4.2

Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	≤ 20 Tahun	32	32,7
2	21-25 Tahun	38	38,8
3	26-30 Tahun	19	19,3
4	31-35 Tahun	7	7,2
5	≥ 36 Tahun	2	2
Total		98	100

Sumber: Data kuesioner yang diolah (2019).

Berdasarkan tabel 4.2 mengenai usia konsumen, diketahui bahwa responden terbanyak adalah yang berusia 21-25 tahun.

4.4 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil uji normalitas data sebagai berikut :

Tabel 4.5
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kopi Hideung	Kopi KoSa
N		50	50
Normal Parameters ^a	Mean	45.60	46.28
	Std. Deviation	7.065	5.307
Most Extreme Differences	Absolute	.099	.092
	Positive	.047	.092
	Negative	-.099	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.697	.649
Asymp. Sig. (2-tailed)		.717	.794

a. Test distribution is Normal.

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel mengikuti sebaran data normal karena nilai p-value semua variabel > 0,05.

4.6 Uji Paired Sample T-test

Analisis uji verifikatif diperlukan untuk menguji besaran hubungan dan pengaruh masing-masing variabel sesuai yang dikemukakan pada perumusan masalah dan menguji hipotesisnya.

Tabel 4.4

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 Kopi Hideung	45.60	50	7.065	.999
Kopi KoSa	46.28	50	5.307	.751

Tabel 4.5

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			

Tabel 4.5
Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Kopi Hideung - Kopi KoSa	-.680	9.224	1.304	-3.301	1.941	-.521	49	.605

Sumber : SPSS, 2023

Hasil Uji *Paired Sample T-Test* pada kasus ini menunjukkan perbandingan antara kualitas produk kopi Hideung dan Kopi KoSa. Dari hasil yang diberikan, dapat dilihat bahwa rata-rata kualitas produk kopi Hideung adalah 45.60 dengan standar deviasi 7.065 dan standar error mean .999, sedangkan rata-rata kualitas produk Kopi KoSa adalah 46.28 dengan standar deviasi 5.307 dan standar error mean .751.

Untuk menguji apakah perbedaan rata-rata kualitas produk kopi Hideung dan Kopi KoSa signifikan atau tidak, kita dapat menggunakan Uji *Paired Sample T-Test*. Pada uji ini, hipotesis nol yang diuji adalah bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara rata-rata kualitas produk kopi Hideung dan Kopi KoSa. Sedangkan hipotesis alternatif yang diuji adalah bahwa ada perbedaan signifikan antara rata-rata kedua produk tersebut.

Dari hasil uji yang diberikan, nilai p-value yang diperoleh adalah 0.605 yang lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditentukan (biasanya 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara rata-rata kualitas produk kopi Hideung dan Kopi KoSa. Kita dapat mempertahankan hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara kedua produk kopi tersebut.

Dalam kasus ini, perbedaan rata-rata kualitas produk kopi Hideung dan Kopi KoSa tidak signifikan, meskipun rata-rata kualitas produk Kopi KoSa lebih tinggi daripada rata-rata kualitas produk kopi Hideung. Namun, perlu diingat bahwa hasil uji ini hanya menunjukkan perbedaan rata-rata kualitas produk kopi Hideung dan Kopi KoSa, tidak menyatakan apakah perbedaan tersebut berarti atau tidak.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil Uji *Paired Sample T-Test* yang dilakukan pada kualitas produk Kopi Hideung dan Kopi KoSa, nilai p-value yang diperoleh adalah 0.605 yang lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditentukan (biasanya 0,05). Ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara rata-rata kualitas produk Kopi Hideung dan Kopi KoSa. Kita dapat mempertahankan

hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara kedua produk kopi tersebut.

Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk Kopi Hideung dan Kopi KoSa tidak berbeda signifikan. Namun, perlu diingat bahwa hasil ini hanya menunjukkan perbedaan rata-rata kualitas produk Kopi Hideung dan Kopi KoSa, tidak menyatakan apakah perbedaan tersebut berarti atau tidak.

Saran yang dapat diberikan adalah perlu dilakukan uji statistik lain untuk memperkuat hasil ini dan mengevaluasi kualitas produk kopi dari aspek lain. Juga perlu diingat bahwa hasil uji statistik tidak selalu mencerminkan kualitas yang sebenarnya, sehingga perlu diperhatikan aspek lain seperti rasa, aroma, dan kandungan kimia dari produk kopi.

Daftar Pustaka

- FAOSTAT. 2016. Food and Agriculture Organization. Diakses melalui <http://FAOSTATstat3.FAOSTAT.org/download/Q> pada 10 April 2022
- Kodhyat. (2013). Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia. PT. Gramedia Pustaka Utama Malang.
- Kotler, P. (2017). [Philip_Kotler]_Kotler,_P.,_2017._Marketing_4.0_Mo(z-lib.org) (14th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Manceau. (2015). Marketing Management. Prentice Hall
- M.I.C.Septia, A.Pujianto, IGN Anom Maruta. 2021. Analisis Komparatif Pengaruh Harga Dan Ragam Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Janji Jiwa Dan Kopi Kulo Di Gresik)
- Musanef. (2015). Manajemen Pariwisata di Indonesia. Gunung Harta.
- P.Yunita. 2021. Struktur Tata Kelola *Global Value Chains* Produk Kopi Dalam Perdagangan Kopi Global : Studi Komparatif Kopi Indonesia Dan Kopi Vietnam. Jurnal Indonesia Sosial Sains Vol 2 No5 Mei 2021.
- Rosyada. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas dan Harapan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian
- T.A.Iskandar. 2017. Analisis Komparatif Keunggulan Yamaha R25 Dan Kawasaki Ninja 250fi Di Wilayah Jakarta Utara Ditinjau Dari Kualitas Produk, Kualitas Layanan Bengkel, Dan Persepsi Harga
- United States Department of Agriculture. (2014). *Coffee: World Market and Trade*.
- V. Wiratna Sujarweni. 2014. SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta. Pustaka Baru Press
- World coffee trade*. (2020). No Title. <http://www.thecoffeeguide.org/coffee-guide/world-coffee-trade/>, diakses pada 10 April 2022
- Yoeti, Oka, A. (2008). Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Pradaya Pratama.
- Yoeti, Oka. 2005. Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata, Cetakan Kedua, Jakarta: Pradya Paramita