

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP EMINENSI MINUMAN KOPI ARABIKA DI OTTEN COFFEE

AHMAD MAULANA MALIK IBRAHIN¹, DESI NOVITA.²

¹Fakultas Pertanian, ²Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

ahmadmaulanamalikibrahin@gmail.com
desinovita@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas minuman kopi arabika serta untuk mengetahui pengaruh kualitas minuman kopi arabika terhadap kepuasan konsumen. Metode penentuan sampel ini dilakukan dengan metode accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel yang cara memperoleh data untuk sampel tersebut dengan cara insidental atau secara kebetulan ditemui di lokasi penelitian, dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah Customer Satisfaction Index (CSI) dan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tingkat kepuasan konsumen Otten Coffee terhadap kualitas minuman kopi arabika yang di analisis dengan menggunakan metode CSI diperoleh nilai 0,7441 atau 74,41%. Berdasarkan kriteria nilai Customer Satisfaction Index (CSI) nilai ini berada pada rentang nilai 0,66-0,80 atau 66-80% yaitu dalam kategori puas. Sehingga dapat di simpulkan bahwa secara umum tingkat kepuasan konsumen Otten Coffee dikatakan memuaskan. Hasil statistik uji t untuk kualitas produk minuman kopi didapatkan nilai t hitung yaitu sebesar 4,877 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,005 ($0,000 < 0,05$) maka keputusannya tolak H_0 dan terima H_1 . Artinya secara parsial kualitas produk minuman kopi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kopi, Kualitas, Kepuasan Konsumen

ANALYSIS OF CONSUMER SATISFACTION LEVEL ON THE EMINENCE OF ARABICA COFFEE DRINK IN OTTEN COFFEE

ABSTRACT

This study aims to determine the level of consumer satisfaction on the quality of Arabica coffee drinks and to determine the effect of quality Arabica coffee drinks on consumer satisfaction. This sample determination method was carried out using the accidental sampling method, which is a technique for determining the sample by obtaining data for the sample by incidental or coincidental method encountered at the research location, with a total of 30 respondents. The types of data used are primary data and secondary data. Analysis of the data used are Customer Satisfaction Index (CSI) and simple linear regression analysis. The results showed that the level of consumer satisfaction of Otten Coffee on the quality of Arabica coffee drinks which were analyzed using the CSI method obtained a value of 0.7441 or 74.41%. Based on the criteria for the value of the Customer Satisfaction Index (CSI), this value is in the range of 0.66-0.80 or 66-80%, namely in the satisfied category. So it can be concluded that in general the level of consumer satisfaction of Otten Coffee is said to be satisfactory. The statistical results of the t-test for the quality of coffee beverage products obtained a t-count value of 4.877 with a significance value of 0.000 which is smaller than 0.005 ($0.000 < 0.05$), then the decision is to reject H_0 and accept H_1 . This means that partially the quality of coffee drink products has a positive and significant influence on consumer satisfaction.

Keywords: Coffee, Quality, Consumer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Dunia bisnis terus berkembang pesat sejalandengan perkembangan era globalisasi, hal ini ditandai dengan semakin tingginya tingkatpersaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen.Para pelaku bisnis saling berlomba-lomba dalam memasarkan produk yang merekatawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.Konsumenmengharapkan produk yang dibeli memiliki kualitas yang baik dan sesuai denganharapan agar dapat memuaskan mereka. Kepuasan konsumen dapat menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Pertama kali kopi ditemukan di Ethiopia pada abad ke 9 oleh seorang penggembala yang menyadari domba - domba gembalanya menjadi hiperaktif setelahmengonsumsi sejenis buah bulat berukuran kecil yang tumbuh subur di sekitar tempatmenggembala. Tempat asal penggembala tersebut dikenal dengan nama Kaffa, dan daritempat itulah muncul istilah kopi atau coffee. Sejak saat itu kopi menjadi minumanterkenal di seluruh dunia.

Kopi adalah salah satu hasil komoditi dari perkebunan yang memiliki nilaiekonomis tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya serta berperan penting sebagaisumber devisa negara. Kopi juga merupakan komoditi terpenting dengan penghasilansatu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia. Konsumsi kopi dunia mencapai 70%berasal dari spesies kopi Arabika dan 26% berasal dari spesies kopi Robusta dan 4%berasal dari spesies lainnya.

Konsumsi kopi dunia dari jenis kopi arabika mencapai 70%, 26%

dari jenis kopi robusta, dan 4% dari jenis kopi lainnya. Kopi arabika (*coffea arabica*) berasal dariAfrika, yaitu dari daerah pegunungan di Ethiopia.Namun, kopi arabika baru dikenaloleh masyarakat dunia setelah tanaman tersebut dikembangkan di luar daerah asalnya,yaitu Yaman di bagian selatan Jazirah Arab.Melalui pedagang Arab, minuman kopimulai menyebar ke daratan lainnya.Awalnya mereka mencoba memakan buah kopi danmerasakan adanya tambahan energi.Dengan semakin berkembangnya ilmu danteknologi, buah kopi dimanfaatkan menjadi minuman seperti saat ini.

Kopi merupakan salah satu minuman yang sangat di gemari oleh masyarakatIndonesia karena rasa dan aromanya.Minuman ini di gemari oleh segala umur secara turun temurun (Haryanto 2012).Komponen yang terdapat pada kopi adalah kafein, kafeol, trigonelin, asam amino, karbohidrat, asam alifatik, asam chlorogenat, lemak, mineral, komponen volatil, dan komponen karbonil.Kafein yang terdapat dalam kopi merupakan stimulan dari sistem saraf pusat sehingga dapat meningkatkan kinerja otak.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan apapun dari usahanya. Menurut Lupiyoadi (2001) yang menyatakan bahwa konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi merekamenunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.Pembeli akan membeli produk jika merasa cocok, karena itu produk harusdisesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produkberhasil. Dengan kata lain,

pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2001) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Seperti yang telah dipaparkan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Dikutip dari pernyataan di atas kepuasan konsumen dapat tercapai apabila produk atau jasa yang berkualitas mampu memenuhi harapan konsumen.

Pengolahan biji kopi yang telah sesuai standar akan menghasilkan kualitas fisik dan cita rasa biji kopi yang maksimal. Kualitas cita rasa kopi merupakan perpaduan antara kualitas bahan baku dengan cara pengolahan buah kopi. Di Kota Medan sudah banyak sekali warung dan kafe/ coffee shop, dengan berbagai konsep dan menu yang ditawarkan salah satunya adalah Otten Coffee. Awal berdirinya Otten Coffee House ini sejak tahun 2008 yang dimulai dari pengalaman seringnya minum kopi ditengah-tengah kesibukan dan menjadi hobi, sehingga tercetus untuk membuat kedai kopi/coffee shop yang menawarkan berbagai jenis kopi yang disajikan dingin maupun panas. Kini setelah berjalan 4 tahun lebih dan mulai berkembang, maka Otten Coffee mulai melakukan Roasting Coffee sendiri pada awal tahun 2012 dan mulai memasarkan kopi serta alat-alat kopi seperti penggiling kopi (Grinder), mesin

espresso, penyeduhan kopi (Manual Brew), barista tools, dan aksesoris-aksesoris kopi, Otten Coffee juga melakukan ekspor kopi Mandheling yang terkenal dari Indonesia ke berbagai Negara. Otten Coffee merupakan salah satu kedai kopi terbesar dan populer dikalangan penikmat kopi yang ada di Kota Medan. Tempat yang tidak banyak dilewati oleh transportasi umum dan tidak mudah untuk dijangkau serta di temukan oleh konsumen, tidak menjadikan Otten Coffee sepi dari pengunjung. Raminya konsumen di Otten Coffee menjadi hal yang menarik untuk diteliti, melihat banyaknya pesaing sejenis di daerah tersebut. Hal inilah yang melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Minuman Kopi Arabika Di Otten Coffee".

METODE

Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode Accidental sampling. Accidental sampling merupakan teknik penentuan sampel yang cara memperoleh data untuk sampel tersebut dengan cara insidental atau secara kebetulan ditemui di lokasi penelitian, sehingga semua populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel atau responden.

Menurut Kotler dan Gary (2009), jumlah sampel minimum yang bisa diambil dapat dilihat menurut metode penelitian yang digunakan. Jika metode penelitiannya deskriptif – korelasional, maka jumlah sampel minimal adalah 30 sampel. Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 30 orang karena telah mencapai syarat minimum sampel

sehingga dalam statistik data dapat tersebar secara normal.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan ialah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dengan wawancara maupun pemberian angket/ kuisioner secara langsung kepada konsumen di Otten Coffee. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari BPS maupun instansi terkait lainnya serta literatur yang mendukung penelitian ini.

Metode Analisis Data

Menurut Irawan (2003), pengukuran terhadap indeks kepuasan pelanggan (CSI) diperlukan, karena hasil dari pengukuran tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran-sasaran di tahun mendatang. Selain itu, indeks diperlukan, karena proses pengukuran kepuasan konsumen bersifat terus menerus (continuous).

HASIL

Penilaian Konsumen Terhadap Tingkat Kepentingan dan Kenyataan pada Kualitas Minuman Kopi Arabika

Atribut yang jumlah bobot nilainya tertinggi adalah aroma dan kebersihan minuman dengan jumlah bobot 130. Hal ini dikarenakan aromakopi yang harum dan berkarakter dapat dengan mudah menarik konsumen untuk terus membeli minuman kopi tersebut. Atribut yang jumlah bobotnya masih rendah terdapat pada kesesuaian volume/porsi dan kesesuaian temperatur dengan jumlah bobot 98 dan dinyatakan cukup penting, hal ini dikarenakan bahwa kesesuaian volume dan temperatur kurang mempengaruhi minat konsumen

dalam memilih kafe yang akandikunjungi.

Tingkat Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction Index) Terhadap Kualitas Minuman Kopi di Otten Coffee Kota Medan

Customer Satisfaction Indeks (CSI) adalah alat untuk menganalisis tingkatkepuasan konsumen di Otten Coffee secara keseluruhan dengan menilai rata-rata tingkat kepentingan dan pelaksanaan dari atribut-atribut tersebut, nantinya akan berpengaruh pada tingkat kepuasan total konsumen.

Konsumen belum puas dengan rasa kopi yang dirasatidak memiliki karakter/ ciri khas yang hanya dimiliki Otten Coffee, mereka merasa rasa kopi di Otten Coffee sama saja dengan kopi pada kedai kopi lainnya. Maka dari itu, pihak Otten Coffee harus terus menciptakan terobosan baru dan meningkatkan kinerjanya serta mencari keunikan dari Otten Coffee agar dapat memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen menjadi puas dan loyalitas akan terbentuk terhadap Otten Coffee.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Nilai koefisien determinasi (R^2) = 0,459 atau 45,9%. Ini berarti bahwa variabelkualitas produk minuman kopi mampu menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 45,9%, sedangkan sisanya 54,1% lagi dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini, seperti kualitas pelayanan atau jasa, faktor emosional, harga,serta biaya dan kemudahan.

Selanjutnya untuk mengetahui apakah hipotesis yang dibuat dalam penelitian iniditerima atau ditolak, maka akan dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t. Hasil pengujian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut :

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial (individu) satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$) maka keputusannya tolak H_0 dan terima H_1 , dan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas produk minuman kopi yaitu diperoleh nilai t hitung sebesar 4,877 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya secara parsial kualitas produk minuman kopi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Tingkat kepuasan konsumen Otten Coffee terhadap kualitas minuman kopi arabika yang di analisis dengan menggunakan metode CSI diperoleh nilai 0,7441 atau 74,41%. Berdasarkan kriteria nilai Customer Satisfaction Index (CSI) nilai ini berada pada rentang nilai 0,66-0,80 atau 66-80% yaitu dalam kategori puas. Sehingga dapat di simpulkan bahwa secara umum tingkat kepuasan konsumen Otten Coffee dikatakan memuaskan.

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas produk minuman kopi yaitu diperoleh nilai t hitung sebesar 4,877 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya secara parsial kualitas produk minuman kopi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kopi adalah salah satu hasil komoditi dari perkebunan yang

memiliki nilai ekonomis tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya serta berperan penting sebagai sumber devisa negara.

Konsumsi kopi dunia dari jenis kopi arabika mencapai 70%, 26% dari jenis kopi robusta, dan 4% dari jenis kopi lainnya.

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode Accidental sampling.

Pengolahan biji kopi yang telah sesuai standar akan menghasilkan kualitas fisik dan cita rasa biji kopi yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA BUKU

- Haryanto, B. 2012. *Prospek Tinggi Bertanam Kopi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Imam Nurmawan, Jakarta : Erlangga
- Irawan, Hadi. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Konsumen*. Jakarta: PT Elex MediaKomputindo
- Jakarta. Penebar Swadaya.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta.Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba
- Najiyati dan Danarti.2004. *Kopi Budidaya dan Penanganan Lepas Panen*, Edisi Revisi.
- Panggabean, Edy. 2009. *Buku Pintar Kopi*. Agromedia: Jakarta
- Rahardjo, Pudji. 2012. *Kopi Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Penebar Swadaya: Jakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.

JURNAL

- Ardilla, D., Taufik, M., Tarigan, D. M., Thamrin, M., Razali, M., & Siregar, H. S. (2018). Analisis lemak babi pada produk pangan olahan menggunakan spektroskopi UV-vis. *Agritech: Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, 1(2).
- Siregar, M. S., Masyura, M. D., & Ardilla, D. (2018). Penambahan Komonomer Divinyl Benzena untuk Meningkatkan Derajat Pencangkakan Anhidrida Maleat pada Karet Alam Siklis. *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Taufik, M., Ardilla, D., Tarigan, D. M., Thamrin, M., Razali, M., & Afritario, M. I. (2018). Studi Awal: Analisis Sifat Fisika Lemak Babi Hasil Ekstraksi Pada Produk Pangan Olahan. *Agritech: Jurnal*

Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian, 1(2).

- Thamrin, M., & Ardilla, D. (2016). Analysis Of Production Efficiency Factor Rice Rainfed Through Ptt Approach. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 20(2).V
- Thamrin, M., & Ardilla, D. (2016). Analysis Of Production Efficiency Factor Rice Rainfed Through Ptt Approach. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 20(2).