

RESPON KONSUMEN TERHADAP KUALITAS KOPI ARABIKA DI KECAMATAN PEUSANGAN KABUPATEN BIREUEN

Mustafa

Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di pasar Matangglumpangdua yang merupakan sentra produksi kopi arabika di Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Sebagian besar penduduk yang beraktivitas di siang hari dan malam hari selalu meluangkan waktunya untuk menikmati kopi arabika. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Pengumpulan data menggunakan instrumen wawancara dan kuesioner. Metode analisis data menggunakan pengujian Skala Likert dan Interpretasi Skor Perhitungan. Data yang dianalisis meliputi pengukuran persepsi, sikap atau pendapat seseorang mengenai respon terhadap kualitas kopi arabika. Kuesioner dengan mengajukan pertanyaan terhadap kualitas kopi arabika dalam lima kategori skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon konsumen terhadap kualitas kopi arabika pada warung kopi di Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen adalah sangat nikmat berdasarkan perolehan nilai interval yaitu 80,33% dengan kriteria interpretasi skornya adalah sangat nikmat.

Kata Kunci : Kopi Arabika, Kualitas Kopi dan Respon Konsumen.

PENDAHULUAN

Lingkungan pemasaran kopi arabika semakin kompetitif sehingga mendesak pemasar untuk selalu mengikuti dinamika lingkungan pemasaran agar dapat bertahan di pasar. Saat ini, kedai kopi tidak hanya berorientasi penuh terhadap produk saja melainkan juga berorientasi pada pelanggan. Kedai kopi harus terus melakukan inovasi sebagai elemen penting dalam keseluruhan penawaran pasar agar dapat memenuhi perubahan selera dan preferensi pelanggan mengingat pelanggan merupakan titik awal dari aktifitas pemasaran.

Oleh sebab itu, pemasar dituntut untuk lebih jeli melihat kondisi pasar dan memahami perubahan perilaku konsumen agar kedai kopi dapat bertahan, meningkatkan nilai, dan memenangkan persaingan pasar. Kedai kopi dapat mengambil peluang dan menciptakan inovasi tidak terkecuali untuk produk kopi

arabika. Kopi arabika merupakan kopi yang berasal dari daerah dataran tinggi. Kopi ini memiliki ciri khas beraroma harum dan kental serta cita rasa sedikit asam namun pekat dengan aroma yang kuat menjadikannya populer. Kopi sejak dahulu identik diminum dan dipercaya dapat menghilangkan kantuk. Setiap orang memiliki cara yang berbeda dalam menikmati kopi.

Kopi merupakan salah satu minuman yang paling digemari banyak orang. Dari setiap tiga orang di dunia, salah satunya adalah peminum kopi. Kopi memang sungguh nikmat jika diminum baik pagi hari, atau saat malam hari ketika pekerjaan menumpuk. Bisnis kopi pun telah menjadi bisnis milyaran dolar, yang hanya mampu disaingi oleh bisnis minyak bumi. Salah satu upaya untuk meningkatkan nilai tambah komoditas kopi yakni dengan memasarkan kopi arabika.

Pasar Matangglumpangdua merupakan sentra produksi kopi arabika di Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Sebagian besar penduduk yang beraktivitas di siang hari dan malam hari selalu meluangkan waktunya untuk menikmati kopi arabika. Ketatnya persaingan kedai kopi yang ada, membuat usaha kedai kopi semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen, sehingga usaha tersebut harus menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumennya dalam upaya menarik minat konsumen untuk berkunjung. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Perilaku konsumen secara rasional akan memaksimalkan kepuasan sesuai dengan kemampuan pendapatannya (budget line). Adanya perbedaan kualitas produk dan informasi dari setiap kedai kopi akan mempengaruhi tingkat kepuasan maksimal konsumen yang akan dicapai terhadap jumlah kunjungan serta minat beli kembali konsumen ke kedai kopi tersebut. Kesesuaian tingkat harga dan fasilitas dengan perkiraan terhadap kepuasan para konsumen akan mendorong jumlah kunjungan tetapi bila perkiraan tidak sesuai, konsumen akan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian produk di kedai kopi lainnya. Kualitas produk yang ditawarkan dan layanan jual dapat memuaskan konsumen sebagai fasilitas tambahan dan menjaga kepercayaan konsumen. Layanan ini

mengakibatkan jumlah kunjungan akan terjaga melalui konsumen setia.

Adapun kedai kopi Teungku, Pelangi, Uroe Malam dan Langit sebagai tempat penelitian karena kedai kopi ini merupakan kedai kopi terlaris di Pasar Matangglumpangdua. Selain itu, kedai-kedai kopi ini merupakan kedai kopi yang memiliki lokasi yang strategis dipusat keramaian Pasar Matangglumpangdua, sehingga memiliki peluang pasar yang cukup luas. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui respon konsumen terhadap kualitas kopi arabika di kedai kopi tersebut. Adapun pemilihan kedai kopi ini karena menawarkan menu kopi arabika serta lokasinya juga berada di pusat perbelanjaan. Menu kopi yang begitu banyak jenisnya mulai dari kopi-kopi *sachet* yang tersedia di kedai kopi, namun kebanyakan konsumen masih menikmati kopi arabika. Kopi arabika memiliki kenikmatan tersendiri dan rasa khasnya sudah melekat di lidah para penikmat kopi ini. Warna hitam dan aromanya membuat pengunjung kedai kopi lebih memilih untuk menikmati kopi arabika. Setiap harinya, masyarakat khususnya kaum laki-laki menikmati kopi arabika sampai 3 kali dalam sehari. Selain itu, kopi arabika terlebih dulu ada dari dibandingkan kopi-kopi *sachet* lainnya. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Respon Konsumen Terhadap Kualitas Kopi Arabika Pada Warung Kopi Di Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilakukan pada bulan Oktober 2016. Tempat penelitian dilakukan pada 4 Warung Kopi yaitu Warung Kopi Teungku, Pelangi, Uroe Malam dan Langit Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Pemilihan lokasi penelitian ini dikarenakan warung kopi terlaris dan memiliki lokasi yang strategis

dipusat keramaian Pasar
matangglumpangdua.

Populasi dan sampel

Di dalam suatu penelitian diperlukan adanya suatu obyek yang akan diteliti yaitu populasi. Pengertian populasi menurut Arikunto (2006) adalah keseluruhan obyek penelitian. Sedangkan pengertian populasi menurut Sugiyono (2006) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini populasinya adalah keseluruhan pengunjung/pelanggan warong kopi Teungku, Uroe Malam, Pelangi dan Langit. Warong kopi tersebut merupakan warong kopi terlaris dan memiliki lokasi yang strategis dipusat keramaian Pasar mangglumpangdua. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara *accidental* sampling yaitu bentuk pengambilan sampel berdasarkan kebetulan dimana, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti di kedai kopi dengan karakteristik sedang minum kopi arabika. Bailey (2002), mengatakan bahwa untuk penelitian yang menggunakan analisis statistik, ukuran responden paling minimum 30 orang. Oleh karena itu, besaran sampel bisa ditentukan sebanyak 2 kali sampel minimal (Indriyanto dan Supomo, 2002). Jumlah sampel yang digunakan yaitu sejumlah 60 responden dengan pembagian 15 responden kedai kopi Teungku, 15 responden kedai kopi Uroe Malam, 15 responden kedai kopi Pelangi dan 15 responden kedai kopi Langit.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Skala Likert yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang mengenai

respon terhadap kualitas kopi arabika pada warong kopi Teungku, warong kopi Uroe Malam, warong kopi Pelangi dan warong kopi Langit dan berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti.

1) Pengujian Skala Likert

Peneliti membuat kuesioner dengan mengajukan pertanyaan terhadap kualitas kopi arabika dalam lima katagori skala likert. Lima kategori respon dipresentasikan kembali dalam bentuk sebuah tingkatan pengukuran ordinal. Kategori tersebut dipresentasikan lagi dalam bentuk inheren (dari tinggi ke rendah, yang kuat ke lemah, yang besar ke kecil) tetapi angka-angka yang tertera pada kategori tersebut tidak dapat mengidentifikasi perbedaan besaran antara skala interval atau skala rasio. Total skor dari masing-masing individu adalah penjumlahan dari skor masing-masing item dari individu tersebut dengan menggunakan rumus berikut ini :

$$\text{Total Skor} = T \times P_n$$

Keterangan :

T = Total jumlah Responden yg memilih

P_n = Pilihan angka Skor likert

Selanjutnya respon dari konsumen dianalisis untuk mengetahui item-item mana yang sangat nyata batasan antara skor tinggi dan skor rendah dalam skala total dengan kriteria sebagai berikut :

- Responden yang menjawab sangat nikmat
- Responden yang menjawab nikmat
- Responden yang menjawab cukup nikmat
- Responden yang menjawab kurang nikmat
- Responden yang menjawab sangat tidak nikmat

2) Interpretasi Skor Perhitungan

Untuk mendapatkan hasil interpretasi, harus diketahui dulu skor tertinggi (Y) dan angka terendah

(X).Memberikan indikasi sangat nikmat diberi skor tertinggi dengan angka 5 untuk yang tertinggi dan skor 1 untuk yang terendah dengan indikasi sangat tidak nikmat. Untuk item penilaian dengan rumus sebagai berikut :

$Y = \text{Skor tertinggi likert} \times \text{jumlah responden}$

$X = \text{Skor terendah likert} \times \text{jumlah responden}$

Setelah mengetahui total skor dan interpretasi skor, selanjutnya data akan diolah dengan menggunakan rumus interval :

$$I = \text{Total Skor} / Y \times 100 \%$$

Dengan kriteria interpretasi skornya berdasarkan interval :

Angka 0% – 19,99% = Sangat tidak nikmat

Angka 20% – 39,99% = Kurang nikmat

Angka 40% – 59,99% = Cukup nikmat

Angka 60% – 79,99% = Nikmat

Angka 80% – 100% = Sangat nikmat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode analisis menggunakan Skala Likert untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang mengenai respon terhadap kualitas kopi arabika di warong kopi Teungku, warong kopi Uroe Malam, warong kopi Pelangi dan warong kopi Langit Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Aspek yang diukur adalah cita rasa kopi arabika dari 60 orang responden dengan data yang diperoleh sebagai berikut :

1. Responden yang menjawab sangat nikmat (5) berjumlah 11 orang.
2. Responden yang menjawab nikmat (4) berjumlah 40 orang.
3. Responden yang menjawab cukup nikmat (3) berjumlah 8 orang.
4. Responden yang menjawab kurang nikmat (2) berjumlah 1 orang.
5. Responden yang menjawab sangat tidak nikmat (1) berjumlah 0 orang.

Selanjutnya respon dari konsumen terhadap kopi arabika di warong kopi Teungku, warong kopi Uroe Malam,

warong kopi Pelangi dan warong kopi Langit Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen dianalisis untuk mengetahui item-item mana yang sangat nyata batasan antara skor tinggi dan skor rendah dalam skala total dengan kriteria sebagai berikut :

1. Total skor sangat nikmat = $T \times P_n = 11 \times 5 = 55$

2. Total skor nikmat = $T \times P_n = 40 \times 4 = 160$

3. Total skor cukup nikmat = $T \times P_n = 8 \times 3 = 24$

4. Total skor cukup nikmat = $T \times P_n = 1 \times 2 = 2$

5. Total skor sangat tidak nikmat = $T \times P_n = 0 \times 1 = 0$

Total skor adalah 241 yang berarti jumlah nilai interpretasi terhadap kualitas kopi arabika di warong kopi Teungku, warong kopi Uroe Malam, warong kopi Pelangi dan warong kopi Langit Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen.

Interpretasi Skor Perhitungan

Interval (Jarak) dan interpretasi persen agar mengetahui penilaian dengan kriteria interpretasi skornya berdasarkan interval :

1. Angka 0% – 19,99% = Sangat tidak nikmat.

2. Angka 20% – 39,99% = Kurang nikmat.

3. Angka 40% – 59,99% = Cukup nikmat.

4. Angka 60% – 79,99% = Nikmat.

5. Angka 80% – 100% = Sangat nikmat.

Untuk mendapatkan hasil interpretasi, harus diketahui dulu skor tertinggi (X) dan angka terendah (Y).Memberikan indikasi sangat nikmat diberi skor tertinggi dengan angka 5 untuk yang tertinggi dan skor 1 untuk yang terendah dengan indikasi sangat tidak nikmat. Untuk item penilaian dengan rumus sebagai berikut :

$Y = \text{Skor tertinggi likert} \times \text{jumlah responden}$

$$= 5 \times 60 = 300$$

$X = \text{Skor terendah likert} \times \text{jumlah responden}$

$$= 1 \times 60 = 60$$

Setelah mengetahui total skor dan interpretasi skor, selanjutnya data akan diolah dengan menggunakan rumus interval :

$$I = \text{Total Skor} / Y \times 100\% \\ = 241 / 300 \times 100 = 80,33\%$$

Berdasarkan perolehan nilai interval yaitu 80,33% dengan kriteria interpretasi skornya adalah sangat nikmat. Artinya respon konsumen terhadap kualitas kopi arabika pada warong kopi di Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen adalah sangat nikmat. Hal ini berarti ketergantungan masyarakat atau konsumen terhadap kopi arabika sangat tinggi. Selain itu dapat dibuktikan dengan jumlah konsumsi kopi arabika perharinya yaitu antara 3-4 kali. Kopi arabika menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat di Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen.

KESIMPULAN

Total skor adalah 241 yang berarti jumlah nilai interpretasi terhadap kualitas kopi arabika di warong kopi Teungku, warong kopi Uroe Malam, warong kopi Pelangi dan warong kopi Langit Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Berdasarkan perolehan nilai interval yaitu 80,33% dengan kriteria interpretasi skornya adalah sangat nikmat. Artinya respon konsumen terhadap kualitas kopi arabika pada warong kopi di Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen adalah sangat nikmat.

Saran

1. Untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas kopi arabika adalah dengan menjaga mutu bubuk kopinya agar warong kopi selalu dipenuhi oleh konsumen.

2. Agar memperoleh keuntungan yang lebih tinggi, pemilik warong kopi harus meningkatkan kualitas dari produk tersebut.
3. Pemilik warong kopi harus melakukan penekanan biaya produksi agar memperoleh pendapatan yang tinggi sehingga memiliki tingkat efisiensi yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2009. *Manfaat dan Bahaya Kandungan Kafein dalam Kopi*. <http://www.azk4.com/2009/02/manfaat-dan-bahaya-kopi.htm>. Akses Tgl 20 Oktober 2011. Makassar.
- Asosiasi Ekspor Kopi Indonesia, 2012. *Jenis-jenis Kopi*. <http://kopiblackborneo.com/jenis-jenis-kopi/s>. Akses Tanggal 20 Oktober 2011. Makassar
- Armansyah M., 2010. *Mempelajari Minuman Formulasi Dari Kombinasi Bubuk Kakao Dengan Jahe Instan*. Teknologi pertanian. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Adhityo (2014). *Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Di kedai kopi Salwa House, Coffee Grove, Peacock Coffee dan Starbucks Coffee di Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Arikunto,. 2006. *Pengolahan Kopi*. Fakultas Teknologi Institut Pertanian Bogor.
- Listyari (2006). *Analisis Skala Usaha Dan Keuntungan Industri Kedai Kopi Di Kota Bandung*. Perkembangan Usaha Kecil.
- Natalia, dkk (2013). *Analisis Respon Konsumen Terhadap Minat Beli Top Coffe di di Mr Coffe Kota Surabaya*. Jurnal Manajemen

- Pemasaran Vol. 1, No. 2, (2013) 1-12
- Ratna (2012). Analisis Pengaruh Kualitas, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan. *Strategi Pengembangan Industri Usaha Kecil*.
- Salvatore, 2002. *Coffe Technology (Volume 2)*. Elsevier Applied Science, London and New York.
- Saifuddin Azwar. 2005. *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2006. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Alfabeto. Bandung
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.
- Suriani, 2007. *Analisis Kandungan Kofeina Dalam Kopi Instan Berbagai Merek yang Beredar di Ujung Pandang*. Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Susanta, 2008. *Respon Konsumen Terhadap Pembelian Mie Sedap Di Kota Bandung*. Jurnal Ilmu Sosial-Ekonomi, Volume 6, Nomor 2. UPN "Veteran" Yogyakarta.