

PERSEPSI NILAI RAMAH LINGKUNGAN DAN SIKAP KONSUMEN SEHUBUNGAN DENGAN SDGs: STUDI KASUS KOPI JOHN LASEM

Widiyanti Cahyani

Fakultas Pertanian Universitas Wahid Hasyim Semarang

widyanticalahyani4@gmail.com

*Corespondensi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan Kopi Lelet John Lasem Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang. Metode dasar yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Metode pengambilan lokasi dan sampel responden dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah responden sebanyak 75 responden. metode analisis data menggunakan IPA dan CSI. Berdasarkan nilai CSI yang diperoleh yaitu 72%, sehingga nilai kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan Kedai Kopi Lelet John Lasem berdasarkan nilai CSI dinyatakan puas. Kedai Kopi Lelet John Lasem diharapkan melakukan perbaikan secara terus menerus terhadap atribut-atribut kualitas minuman kopi yang sesuai dengan harapan konsumen. Hasil peneliti mengusulkan tiga cara utama agar SDGs memainkan peran penting dalam menciptakan pelayanan Kedai Kopi yaitu: 1) membangun kesadaran pelayanan kedai kopi; 2) mengembangkan citra diri kepada konsumen; 3) terlibat dengan kepribadian kedai. Mendiskusikan implikasi dari proposisi penelitian dan memberikan arahan untuk penelitian masa depan.

kata kunci : Kepuasan Konsumen, Kopi, CSI, *Sustainable Development Goals* (SDGs)

Abstract

This study aims to examine consumer satisfaction with the products and services of Kopi Lelet John Lasem, located in Lasem District, Rembang Regency. The study employs a qualitative descriptive approach as its primary method. Both primary and secondary data were used. The research location and respondents were selected purposively, yielding a total of 75 respondents. Data were analyzed using Importance-Performance Analysis (IPA) and the Customer Satisfaction Index (CSI). Based on the obtained CSI value of 72%, consumer satisfaction with Kopi Lelet John Lasem's products and services is classified as satisfactory. Therefore, Kopi Lelet John Lasem is expected to continuously improve the quality of its coffee beverages to meet consumer expectations. The findings propose three main

approaches through which the Sustainable Development Goals (SDGs) can play a significant role in enhancing coffee shop services: (1) building awareness of service quality in coffee shops; (2) developing a positive self-image toward consumers; and (3) engaging with the coffee shop's personality. This study also discusses the implications of the proposed findings and provides directions for future research.

keywords: *Consumer Satisfaction, Coffee, CSI, Sustainable Development Goals (SDGs)*

PENDAHULUAN

Rencana Pembangunan Berkelanjutan tahun 2030, yang disetujui oleh seluruh Negara Anggota PBB pada tahun 2015, memberikan cetak biru perdamaian dan kemakmuran bagi umat manusia dan planet bumi, saat ini dan di masa depan (Hu, Qiu, and Zhou 2022). Mereka berpendapat bahwa pengentasan kemiskinan dan kekurangan lainnya harus ditangani secara bahu-membahu melalui pendekatan-pendekatan yang memperkaya kesehatan dan pendidikan, mengurangi kesenjangan, dan menstimulasi pembangunan ekonomi – sambil mengatasi perubahan iklim dan terus menjaga lautan dan hutan kita. Sejak awal telah didefinisikan dengan jelas bahwa SDGs tidak dapat dicapai tanpa keterlibatan perusahaan besar.

Mengilustrasikan bahwa dua fitur SDG sangat penting dalam menggambarkan keterlibatan perusahaan: kemampuan tindakan dan kewajiban etis yang disampaikan. Dalam hal kemampuan untuk ditindaklanjuti, SDG tertentu mungkin bersifat progresif dalam operasi (rantai nilai) suatu lembaga, sementara SDG lainnya mengharuskan semua sektor sosial berkolaborasi (Hu, Qiu, and Zhou 2022). Mengenai kewajiban etis, mengenai kewajiban etis, terdapat target SDG yang berupaya untuk mencegah dampak negatif terhadap masyarakat, yang kami sebut sebagai target “menghindari dampak buruk”, sementara target lainnya secara aktif berupaya untuk “berbuat baik” dengan niat untuk memberikan kontribusi tambahan kepada masyarakat. kesejahteraan manusia dan planet ini.

Dengan terlibat dalam kegiatan terkait SDG, terlihat bahwa SDGs bukan hanya “hal yang benar untuk dilakukan tetapi juga hal yang cerdas untuk dilakukan” (Smith N Craig 2003). Banyak penelitian telah menghubungkan tindakan berkelanjutan perusahaan (misalnya, tanggung jawab sosial dan kepedulian terhadap lingkungan) dengan perilaku konsumen pada tingkat produk (misalnya, preferensi merek dan kesediaan untuk membayar harga premium)(Creyer and Ross, W 1997).

Kopi merupakan salah satu minuman yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, kopi dijadikan sebagai komoditas andalan dalam sektor perkebunan Indonesia. Tidak hanya di Indonesia saja, namun banyak masyarakat dunia mengolah kopi menjadi minuman bahkan makanan yang berkualitas dan memiliki harga jual (Farhaty and Muchtaridi, 2014).

Coffe shop atau yang biasa disebut rumah, warung atau kedai kopi menjadi tempat populer di Rembang. *Coffe shop* mulai hadir ditengah-tengah, mulai dari pelosok hingga pusat kota. Kopi merupakan salah satu minuman yang global dicintai oleh sebagian umat manusia, kopi dapat dinikmati hampir semua kelompok usia. Kopi sangat mudah ditemukan, mulai dari pinggir jalan, cafe, ataupun restoran berbintang yang menyediakan jenis kopi bervariasi tentu dengan harga yang berbeda. Kedai Kopi John Lasem merupakan kedai yang memiliki salah satu merk produk kopi lelet yang ada di Rembang.

Research gap dari Ranitaswari, Mulyani, dan Bayu Sadyasmara (2018) melakukan penelitian tentang analisis sikap konsumen pembelian produk dilihat dari perilaku konsumen, yang mempengaruhi keputusan pembelian, serta atribut yang dapat menentukan pembelian produk oleh konsumen. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa analisis sikap konsumen ini sudah terbilang baik, namun

terdapat beberapa atribut dalam pembelian produk dianggap tidak begitu penting. Adapun penelitian Pricillia, A (2014) tentang kepuasan konsumen yang menjelaskan bahwa nilai kualitas kepuasan konsumen sudah mencapai 84% sehingga sudah dianggap baik. Namun hasil dari penelitiannya masih diharapkan perbaikan dalam atribut kualitas sehingga bisa menghasilkan produk yang sesuai dengan harapan konsumen.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, terlihat bahwa hasil penelitian mengenai pengaruh atribut terhadap tingkat kepuasan konsumen juga masih memberikan hasil yang berbeda. Oleh karena itu diperlukan adanya penelitian lebih lanjut dengan harapan dapat menerangkan hubungan pengaruh atribut terhadap tingkat kepuasan konsumen. Dari latar belakang tersebut bisa di ambil rumusan masalah sebagai berikut: 1. Faktor-faktor apa sajakah yang menentukan kepuasan konsumen terhadap produk kopi lelet John Lasem. 2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan Kopi Lelet John Lasem di kedai John Lasem.

METODE PENELITIAN

Metode dasar dalam penelitian ini adalah metode diskriptif. Metode diskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalis (Sugiyono, 2006).

Metode keputusan pengambilan lokasi dalam penelitian ini yaitu secara sengaja (*Purposive*) yaitu dilakukan di kedai Kopi Lelet John Lasem yang berada di Kecamatan Lasem, Kabupaten Rembang. Penentuan jumlah sampel konsumen dalam penelitian ini menggunakan *Linear time function*. Pengambilan sampel menggunakan *Linear time function* dapat dilakukan apabila jumlah populasi sangat besar, sehingga tidak dapat diketahui dengan pasti jumlah sampel yang terlibat didalamnya (Husein, 2005).

Sumber data yang diambil dari penelitian ini yaitu data primer (data yang diperoleh dari pihak pertama yang terlibat langsung dalam permasalahan yang akan dibahas) dan data sekunder (data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi). Teknik pengambilan data diambil dari kuisioner, wawancara dan dokumentasi.

METODE ANALISIS DATA

Metode analisis data yang digunakan Analisis CSI (*Customer Satisfaction Indeks*) yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumenn terhadap suatu produk. Alat bantu analisis yang digunakan yaitu matrik kartesius dan SPSS tipe 25. Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah sebagai berikut (Aritonang, 2005):

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS), nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tiap atribut.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \qquad MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

2. *Weighting Factor* (WF), adalah fungsi dari *Mean Importance Score* atau nilai rata-rata tingkat kepentingan (MIS_i), masing-masing atribut dinyatakan dalam

bentuk persen terhadap total *Mean Importance Score* (MIS_i) untuk seluruh atribut yang diuji.

$$WF_i = \frac{MIS_i}{total\ MIS_i}$$

3. *Weighting Score* (WS), adalah fungsi dari *Mean Satisfaction Score* dikalikan dengan *Weighting Factor* (WF).

$$WS = MSS \times WF$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Rembang yang ber-Semboyan Rembang Bangkit yaitu sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang berbatasan dengan Teluk Rembang (Laut Jawa), di utara Kabupaten Tuban (Jawa Timur), Kabupaten Blora di selatan, serta Kabupaten Pati di barat. Secara geografis terletak diujung timur laut Provinsi Jawa Tengah dan dilalui Jalan Pantai Utara Jawa (Jalur Pantura), pada garis koordinat 111°00' - 111°30' Bujur Timur dan 6°30' - 7°6' Lintang Selatan.

Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini yaitu berjumlah 75 responden. Yang diambil untuk menjadi responden yaitu pengunjung yang mengonsumsi kopi lelet pada saat dilakukan penelitian. Gambaran umum responden menjelaskan karakteristik berdasarkan nama, umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan frekuensi pembelian sejak awal berkunjung ke kedai tersebut. Karakteristik responden di peroleh dari jawaban kuisioner yang telah disebarkan kepada konsumen.

Tabel 1. Gambaran Umum Konsumen Berdasarkan Usia, Jenis Kelamin, Pekerjaan dan Frekuensi Berkunjung.

No.	Karakteristik Responden	Jumlah	
		angka	Persentase (%)
1.	Usia		
	a. 15-20	35	46,7
	b. 21-25	22	29,3
	c. 26-30	14	18,7
	d. 31-35	4	5,3
	e. 36-40	0	0
2.	Jenis Kelamin		
	a. Laki-laki	75	100
	b. Perempuan	0	0
3.	Pekerjaan		
	a. Mahasiswa	18	24
	b. Pegawai Negeri	0	0
	c. Pegawai Swasta	1	1,3
	d. Wiraswasta	32	42,7

e. Pelajar	8	10,7
f. Lain-lain	16	21,3
4. Frekuensi Berkunjung		
a. 1 kali	6	8
b. 2 kali	35	46,7
c. >3 kali	34	45,3

Sumber: Data Primer, Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 1. dapat dilihat bahwa konsumen yang paling banyak membeli atau mengonsumsi kopi lelet di kedai kopi john yaitu usia 15-20 tahun yaitu sebanyak 35 responden (46,7%). Berdasarkan pekerjaan responden yang paling banyak membeli atau mengonsumsi di kedai kopi john yaitu wiraswasta yaitu sebanyak 32 responden dengan persentase 42,7%. Berdasarkan frekuensi berkunjung responden yang paling banyak mengonsumsi atau membeli di kedai kopi lelet john selama awal pembelian responden yaitu di frekuensi 2 kali pengunjungan serta pembelian, yaitu sebanyak 35 responden dengan persentase 46,7%.

Hasil Perhitungan Customer Satisfaction Indeks (CSI)

Customer Satisfaction Indeks (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dan kinerja dari pernyataan kualitas produk yang diukur. Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pengguna yang senang dalam suatu survei kepuasan pengguna. CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk (Siyamto, 2017).

Tabel 4. Hasil Perhitungan Customer Satisfaction Indeks (CSI)

No.	Atribut	MIS	WF	MSS	WS
1	Fasilitas Kedai Lengkap (Wi-fi dan kamar mandi)	3,31	4,54	3,16	14,35
2	Kedai Luas	3,67	5,04	3,51	17,66
3	Menu yang disajikan sesuai	3,49	4,80	3,64	17,47
4	Karyawan tanggap memenuhi kebutuhan pelanggan	3,76	5,16	3,52	18,18
5	Proses pembuatan menu lebih cepat dibandingkan dengan kedai lain	3,44	4,73	3,79	17,89
6	Karyawan cepat merespon jika ada kendala	3,57	4,91	3,55	17,41
7	Karyawan selalu percaya diri saat melayani konsumen	3,72	5,11	3,72	19,01
8	Karyawan sopan dan ramah saat melayani konsumen	3,69	5,07	3,88	19,68
9	Konsumen nyaman dengan tempatnya	3,33	4,58	3,64	16,67
10	Aroma kopi mewakili rasa kopi	3,63	4,98	3,59	17,87
11	Aroma kopi memiliki bau yang khas	3,39	4,65	3,84	17,86

12	Kopi memiliki rasa pahit	3,68	5,05	3,61	18,27
13	Kopi memiliki citarasa yang kuat	3,79	5,20	3,39	17,62
14	Kopi terasa ringan dan halus di mulut	3,32	4,56	3,43	15,63
15	Kopi memiliki karakter yang dimiliki dari kedai John	3,73	5,13	3,56	18,26
16	Rasa kopi seimbang (manis dan pahit)	3,76	5,16	3,76	19,42
17	Rasa kopi konstan (stabil) setiap penyajian	3,48	4,78	3,67	17,53
18	Rasa kopi bertahan lama di rongga mulut setelah diminum	2,89	3,97	3,13	12,45
19	Konsumen merasa semakin bersemangat / berstamina setelah minum kopi	2,81	3,86	3,88	14,99
20	Konsumen merasa terganggu dengan pola tidur (hilang kantuk)	2,63	3,61	3,75	13,52
21	Jika berlebihan mengonsumsi kopi, konsumen mengalami sakit kepala	3,71	5,09	3,60	18,33
Jumlah Total		72,80	100	75,60	360,06
CSI = (Ws total/5) x100%		= 72 %			

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 6. hasil perhitungan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) belum mencapai 100% karena hal ini diakibatkan adanya atribut yang dianggap penting oleh konsumen tetapi nilai masih rendah yaitu pada kuadran I diantaranya Kedai Luas, karyawan tanggap memenuhi kebutuhan pelanggan, karyawan cepat merespon jika ada kendala, aroma kopi mewakili rasa kopi, kopi memiliki citarasa yang kuat, kopi memiliki karakter yang dimiliki kedai John. Mengetahui atribut yang dianggap penting konsumen, tetapi nilai masih rendah, seharusnya diadakan perbaikan dari pihak kedai untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan *Customer Satisfaction Indeks* nilai kepuasan konsumen terhadap Kedai Kopi Lelet John Lasem yaitu sebesar 72% yang berarti puas.
2. SGDs

Saran

Setelah saya melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan kopi lelet joh Lasem, maka saran yang saya sampaikan sebagai berikut :

1. Kedai Kopi Lelet John Lasem diharapkan melakukan perbaikan secara terus menerus terhadap pernyataan atau atribut kualitas produk dan pelayanan yang kurang baik.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menganalisis pernyataan lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen Kedai Kopi Lelet John Lasem,

sehingga diperoleh hasil yang lebih sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, R. 2005. *Kepuasan Pelanggan*. 1st ed. Jakarta: Gramedia.
- Chandrawatisma, Chodilis, and Sukardi. 2006. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Corned Pronas Produksi PT CIP, Denpasar Bali. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian* 18(2): 106–17.
- Farhaty, Naeli, and Muchtaridi. 2014. Tinjauan Kimia Dan Aspek Farmakologi Senyawa Asam Klorogenat Pada Biji Kopi : Review. *Farmaka Suplemen* 14(1): 214–27.
- Husein, Umar. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pricillia, A, D. 2014. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Minuman Kopi Dengan Metode IPA*. Teknologi Pertanian. Universitas Brawijaya: Malang
- Purnama, N 2006. *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonosia
- Ranitaswari, Putu Anggi, Sri Mulyani, and Cokorda Anom Bayu Sadyasmara. 2018. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Kopi dan Kualitas Pelayanan menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus Di Geo Coffee). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri* 6(2): 147.
- Siyamto, Yudi. 2017. Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode IPA Dan CSI Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 03(01): 63–76.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Journal of Agribusiness and Business Management (AGRIBUSS)

Vol. 1, No. 1, Januari 2026

Links: <https://publikasi2.unwahas.ac.id/index.php/agribuss/issue/view/21>

DOI : 10.31942/ahkz5c93
