

## Research Article

## Tingkat Kepuasan Reseller terhadap Produk Kopi Robusta Bedhag Kopi Roastery Jember

Miranda Sijabat<sup>1</sup>, Illia Seldon Magfiroh<sup>2\*</sup>, Dimas Bastara Zahrosa<sup>3</sup>, Ati Kusmiati<sup>4</sup>, Intan Kartika Setyawati<sup>5</sup><sup>1,2,3,4,5</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Jember, Indonesia\*Korespondensi: [illia.faperta@unej.ac.id](mailto:illia.faperta@unej.ac.id)

## ABSTRACT

Established in 2016, Bedhag Kopi Roastery Jember is a leading coffee Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) in Jember Regency. The company operates an integrated upstream-to-downstream process, including the management of its own coffee plantations. It has collaborated with resellers for five years. However, this collaboration faces several challenges, such as fierce competition, stagnant product demand, and complaints from resellers regarding coffee quality (frequently burnt and inconsistent). Therefore, this study aims to (1) measure the satisfaction level of Bedhag Kopi Roastery Jember's resellers with their robusta coffee products and (2) develop strategic recommendations for improvement. Using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance-Performance Analysis (IPA) methods, the study concluded that the satisfaction level of coffee shop resellers with roasted coffee was 56.90% (classified as moderately satisfied), while the satisfaction of retail store resellers with ground coffee was 73.30% (classified as satisfied). The strategy to enhance reseller satisfaction focuses on improving indicators in Quadrant I (high importance, low performance), specifically the suitability of price to product quality and other product quality attributes such as reliability, conformance to specifications, and performance.

**Keywords:** Satisfaction Level, CSI, IPA

## ABSTRAK

Didirikan pada tahun 2016, Bedhag Kopi Roastery Jember merupakan UMKM kopi unggulan di Kabupaten Jember yang menjalankan operasional terintegrasi dari hulu ke hilir, termasuk pengelolaan kebun kopi pribadi, dan telah bekerjasama dengan para reseller selama lima tahun. Kolaborasi dengan reseller dihadapkan pada sejumlah kendala, seperti ketatnya kompetisi, permintaan produk yang stagnan, dan aduan dari reseller mengenai kualitas kopi (sering gosong dan tidak stabil). Dengan demikian, studi ini bertujuan untuk (1) mengukur tingkat kepuasan para reseller Bedhag Kopi Roastery Jember terhadap produk kopi robusta dan (2) menyusun rekomendasi strategis untuk peningkatannya. Melalui penerapan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA), studi ini menyimpulkan bahwa tingkat kepuasan reseller coffee shop terhadap kopi sangrai mencapai 56,90% (kategori cukup puas), sedangkan untuk kepuasan reseller toko terhadap kopi bubuk adalah 73,30% (kategori puas). Strategi peningkatan kepuasan reseller difokuskan pada perbaikan indikator-indikator di Kuadran I, yaitu kesesuaian harga dengan kualitas produk dan indikator yang termasuk dalam atribut kualitas produk yaitu *reliability*, *conformance to specifications* dan *performance*.

**Kata Kunci:** Tingkat kepuasan, CSI, IPA

## ARTICLE HISTORY

Received: 29.10.2025

Accepted: 10.11.2025

Published: 30.11.2025

## ARTICLE LICENCE

Copyright © 2025 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

## 1. Pendahuluan

Industri kopi di Indonesia saat ini tidak lagi sekadar sektor komoditas, melainkan telah bertransformasi menjadi industri gaya hidup dan ekonomi kreatif yang sangat dinamis. Tren konsumsi kopi siap saji, khususnya di kalangan generasi muda, semakin berkembang, dengan produk inovatif seperti kopi dalam botol atau kaleng yang menggunakan bahan lokal dan fungsional (Andri, 2025). Tren ini menyebabkan munculnya budaya untuk pergi ke kafe atau *coffee shop* untuk menghilangkan rasa *fear of missing out* (FOMO) atau sekadar

rekreasi. Refiana (2021) mengatakan lonjakan signifikan dalam industri pengolahan kopi nasional dipicu oleh perkembangan kelas menengah dan pergeseran gaya hidup masyarakat Indonesia. Kabupaten Jember, sebagai salah satu penghasil utama kopi Robusta di Jawa Timur, memegang peranan strategis dalam rantai pasok kopi nasional. Keunggulan geografis Jember memberikan karakteristik unik pada profil rasa Robusta, yang kemudian menjadi modal utama bagi pelaku usaha *roastery* lokal untuk bersaing di pasar domestik (Lestari, 2023). Dalam konteks ini, keberhasilan sebuah *roastery* tidak hanya ditentukan oleh proses produksi di hulu, tetapi juga sangat bergantung pada efektivitas saluran distribusi di hilir, terutama peran *reseller*. *Reseller* dalam model bisnis *Business-to-Business* (B2B) kopi bukan sekadar pembeli antara, melainkan mitra strategis yang menentukan jangkauan pasar sebuah merek. Kepuasan mitra dagang ini menjadi faktor krusial bagi keberlanjutan operasional produsen. Menurut Firmansyah & Wahyuni (2022), kepuasan mitra dalam industri kopi lokal sangat dipengaruhi oleh konsistensi kualitas produk dan skema kerja sama yang saling menguntungkan. Jika *reseller* merasa puas terhadap kualitas produk dan layanan, maka loyalitas mereka terhadap *brand* akan meningkat, yang pada akhirnya akan memperkuat pangsa pasar produsen di tengah ketatnya persaingan antar-merek kopi.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember mencatat bahwa pada tahun 2025 terdapat 46 Industri pengolahan kopi di Jember (Tabel 1). Bedhag Kopi Roastery merupakan salah satu pelaku usaha *roastery* di Jember yang secara spesifik mengangkat potensi kopi Robusta lokal. Bedhag Kopi Roastery Jember berdiri sejak tahun 2016 dan bergerak dalam bidang usaha pengolahan biji kopi yang dalam operasionalnya menerapkan tahapan yang terintegrasi dari hulu ke hilir, mencakup pengelolaan kebun, proses setelah panen (*petik merah*), serta penyangraian produk yang disesuaikan dengan standar kafe dan produk Kopi UKM. Biji kopi yang digunakan Bedhag Kopi berasal dari kebun sendiri yang berada di kebun Sukma Elang Jelbuk di Kecamatan Arjasa Kabupaten Jember. Kebun kopi dikelola oleh Bapak Donny dengan bekerjasama dengan komunitas petani organik Sukma Elang Jelbuk. Bedhag Kopi Roastery Jember dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan menjalin hubungan kerjasama dalam penjualan produk kopinya yaitu dengan beberapa *coffee shop* dan toko oleh-oleh yang ada di Kabupaten Jember. Adapun reseller Bedhag Kopi yaitu Sobo Cafe, Medan Cafe, Moka Cafe, Jember Nusantara Cafe, Dewe Dulur Coffee, Primadona Oleh-oleh Khas Jember, BIN Cigar Store, dan Oleh-oleh Sari Madu Khas Jember.

Tabel 1. Data Jumlah Industri Pengolahan Kopi di Kabupaten Jember

No.	Nama Industri	Alamat
1.	Robu Coffee	Sukosari Jl. Raya Sukosari, Kec. Sukowono
2.	UD. Maju Mapan Sejahtera	Tegalsari, Kec. Ambulu
3.	Toko LEZAT	Karangrejo, Kec. Sumpersari
4.	UD. Semanggi Craf	Curahnongko, Kec. Tempurejo
5.	Niki Sae	Tegal Sari, Dsn. Tutul Rt.01/Rw.23
6.	PP. Nurul Falah	Sempusari, Jl. Lumba-Lumba, Kec. Ambulu
7.	UD. Sdh Jaya	Jemberkidul, Jl. Sunan Bonang, Kec. Kaliwates
8.	PDP. Kab. Jember	Kaliwates, Jl. Gajahmada, Kec. Kaliwates
9.	CV. Lisa Jaya Mandiri	Jember Kidul, Jl. Kertanegara, Kec. Kaliwates
10.	KSU. Buah Ketakasi	Sidomulyo, Krajan, Kec. Silo
11.	UD. Ladang Agro Raya	Mangli, Perum. Griya Mangli Indah, Kec.Kaliwates
12.	CV. Daredofier	Lojejer, Dsn. Sulakdoro, Kec. Wuluhan
13.	UD. Sido Mampir	Tegalgede, Jl. Danau Toba, Kec. Sumpersari
14.	CV. Afini	Tanggul Kulon, Jl. Tanjung, Kec. Tanggul
15.	PT. Wijaya Insanara Nugraha	Gebang Jl Cempaka, Kec. Patrang
16.	UD. Mitra Kopi	Kaliwates, Jl. Mojopahit, Kec.Kaliwates
17.	Cakra	Dawuhan Mangli, Krajan, Kec.Sukowono
18.	Bengkel Bina Karya	Jumerto, Jl. Srigunting, Kec. Patrang
19.	Koperasi Karya Sekar (IUI)	Nogosari, Pulit Kopi & Kakao, Kec. Rambipuji
20.	PT. Jokam Artha Barokah	Sumpersari, Jl. Simpang Karimata, Kec.Sumpersari
21.	KUB. Win Herbal Jaya	Wringinagung, Dsn. Pondokjeruk, Kec.Jombang
22.	UD. As-Syafi'i	Nogosari, Dsn. Gumuksari Kec. Rambipuji
23.	Wahana Mandiri Sejahtera	Patemon, Kec. Tanggul
24.	UD Barokah Jaya	Mulyorejo, Dsn. Baban Barat, Kec.Silo
25.	Jamal Bahari	Klatakan, Dsn. Gadungan, Kec. Tanggul
26.	CV. Agri Jaya	Kaliwates, Jl. P. Mangkubumi, Kec. Kaliwates
27.	PDP. Kahyangan Jember	Kel Kaliwates, Jl. Gajah Mada, Kec. Kaliwates
28.	Azka Food	Klungkung Krajan, Kec. Sukorambi
29.	UD. Sejahtera	Garahan, Dsn. Pasar Alas, Kec.Silo
30.	CV. Kober Indonesia	Kepatihan, Jl. Wr. Supratman, Kec.Kaliwates
31.	CV. Andrian Jaya Abadi	Jl. Semeru, Kec.Sumpersari
32.	Zhibond Coffe	Mangli, Perum. Pesona Surya Milenia Kec. Kaliwates
33.	Martin Jaya	Mangli, Perum Bumi Mangli Permai, Kec. Kaliwates
34.	PT. Perkebunan Nusantara Xii	Jember Kidul. Jl. Gajahmada Kec. Kaliwates
35.	Indah Sari	Rowotengah, Dsn. Krajan, Kec. Sumberbaru
36.	D'eka Karunia Coffee Legend	Kebonsari, Jl. Letjen. Panjaitan, Kec. Sumpersari
<b>37.</b>	<b>Bedhag Kopi</b>	<b>Sumpersari, Jl. Jawa II, Kec. Sumpersari</b>
38.	Kopi Herbal Efendy	Jatimulyo, Dsn. Darussalam, Kec. Jenggawah
39.	UD. A N I K	Rowotengah, Dsn. Krajan, Kec. Sumberbaru
40.	Eka Keke Berkah	Rambigundam, Dsn. Gayam, Kec. Rambipuji
41.	Hati Healthy	Perum. Kebonagung Indah, Kec. Kaliwates
42.	PT. Ledokombo	Kaliwates, Jl. Gajahmada, Kec. Kaliwates
43.	CV. Putra Bawean	Bintoro, Jl. Kepondang, Kec. Patrang
44.	Kop. Ihyaus Sunnah Al-Hasan	Tugusari, Jl. H. Hasan, Kec. Bangsalsari
45.	IKM. Bintang	Kebonsari, Jl. Pajajaran, Kec. Sumpersari
46.	Mundu Jaya	Mundurejo, Dsn. Blogmundu, Kec.Umbulsari

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember, 2025

Sebagai produsen yang melayani banyak mitra, Bedhag Kopi dihadapkan pada tantangan untuk mempertahankan standar kepuasan para *reseller*-nya. Permasalahan yang sering muncul dalam hubungan distribusi ini berkaitan dengan fluktuasi stok, stagnasi permintaan, persaingan ketat, ketepatan waktu pengiriman, konsistensi profil sangrai (*roasting profile*), serta stabilitas harga di tingkat pasar. Bedhag Kopi Roastery sebagai salah satu pemain kunci di Jember memiliki tantangan dalam menjaga konsistensi kualitas Robusta yang menjadi primadonanya. Fluktuasi kualitas bahan baku dan ketatnya persaingan harga di tingkat reseller seringkali menjadi titik krusial yang menentukan apakah reseller tetap bertahan atau beralih ke pemasok lain. Saputra dkk. (2021) menekankan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan merupakan pilar utama dalam menjaga kepuasan saluran distribusi pada produk pangan olahan. Ketidakpuasan pada salah satu aspek tersebut dapat menyebabkan *reseller* beralih ke pemasok lain yang menawarkan layanan yang lebih responsif. Mengukur tingkat kepuasan reseller di Bedhag Kopi menjadi penting karena keluhan atau ketidakpuasan di tingkat distributor dapat memutus arus kas perusahaan.

Dinamika pasar kopi yang fluktuatif menuntut *roastery* lokal untuk terus beradaptasi dalam menjaga hubungan kerja sama dengan mitra retailnya. Hidayat (2020) menjelaskan bahwa dalam industri kreatif berbasis kopi, kepuasan saluran distribusi sangat dipengaruhi oleh kemampuan produsen dalam memberikan dukungan pemasaran dan menjaga kualitas rasa yang stabil secara berkelanjutan. Di sisi lain, transformasi industri *roastery* lokal di Jawa Timur menunjukkan bahwa kolaborasi jangka panjang hanya dapat terwujud jika terdapat transparansi dan nilai tambah yang dirasakan oleh kedua belah pihak (Nugroho, 2024). Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan evaluasi mendalam mengenai sejauh mana *reseller* Bedhag Kopi Roastery merasa puas terhadap produk dan layanan yang diberikan serta strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan mitra Bedhag Kopi. Penelitian mengenai tingkat kepuasan mitra distribusi secara spesifik belum banyak dilakukan. Kebaruan Penelitian ini juga nampak pada penggunaan atribut evaluasi yang lebih komprehensif dan telah dimodifikasi sesuai kebutuhan lapangan, meliputi dimensi harga (keterjangkauan, kesesuaian, dan daya saing), kualitas produk (*performance, reliability, conformance, feature, dan aesthetics*), serta kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*).

## 2. Metode

Lokasi penelitian ditetapkan di Bedhag Kopi Roastery Jember (Jl. Jawa II No.4, RT.03/RW 36, Tegal Boto Lor, Sumbersari, Jember). Lokasi dipilih secara purposif (sengaja) dengan mempertimbangkan Bedhag Kopi sebagai UMKM yang berhasil membawa produk lokal Jember mampu berkompetisi di kancah global. Jangkauan Bedhag Kopi sudah meluas hingga pasar ekspor. Bedhag Kopi berkontribusi besar dalam mengembangkan ekonomi dan memberdayakan masyarakat lokal (Fitri *et al.*, 2024). Jumlah sampel yaitu 8 reseller yang ditentukan dengan teknik total sampling yaitu penentuan sampel di mana semua anggota populasi dijadikan sampel. Untuk mengukur tingkat kepuasan reseller digunakan atribut-atribut penelitian yang dirinci dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2. Atribut dan Indikator Penilaian Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan

No	Atribut	Indikator	Skala Likert Tingkat Kepuasan	Skala Likert Tingkat Kepentingan
1.	Harga	Keterjangkauan harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jika harga kopi robusta tidak terjangkau</li> <li>2. Jika harga kopi robusta kurang terjangkau</li> <li>3. Jika harga kopi robusta cukup terjangkau</li> <li>4. Jika harga kopi robusta terjangkau</li> <li>5. Jika harga kopi robusta sangat terjangkau</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak peduli harga kopi mahal atau murah, yang penting bisa dijual kembali</li> <li>2. Tidak terlalu jadi pertimbangan, karena lebih mementingkan faktor lain</li> <li>3. Memperhatikan harga, tapi masih bisa toleransi kalau sedikit mahal</li> <li>4. Harga sangat pengaruh pada keputusan beli</li> <li>5. Harga adalah faktor utama, jika mahal tidak membeli kembali</li> </ol>
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jika harga tidak sesuai dengan kualitas kopi robusta</li> <li>2. Jika harga kurang sesuai dengan kualitas kopi robusta</li> <li>3. Jika harga cukup sesuai dengan kualitas kopi robusta</li> <li>4. Jika harga sesuai dengan kualitas kopi robusta</li> <li>5. Jika harga sangat sesuai dengan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak peduli apakah harga sesuai dengan kualitas, yang penting bisa dijual kembali</li> <li>2. Jarang membandingkan harga dan kualitas, selama produk bisa dijual kembali</li> <li>3. Kadang melakukan pertimbangan apakah harga sesuai dengan kualitas, tapi</li> </ol>

No	Atribut	Indikator	Skala Likert Tingkat Kepuasan	Skala Likert Tingkat Kepentingan
			kualitas kopi robusta	tidak terlalu kritis. 4. Sering menilai apakah harga yang dibayar memang pantas dengan kualitas produk. 5. Harga sebanding dengan kualitas. Bila tidak sesuai, akan kesulitan menjual kembali dan hilangnya kepercayaan konsumen.
		Harga kopi mampu bersaing dengan roastery lain	1. Jika harga kopi robusta yang ditawarkan sangat tinggi dibanding dengan roastery lain. 2. Jika harga kopi robusta yang ditawarkan lebih tinggi dibanding dengan roastery lain. 3. Jika harga kopi robusta yang ditawarkan sesuai atau sebanding dengan roastery lain 4. Jika harga kopi robusta yang ditawarkan lebih murah dibanding dengan roastery lain 5. Jika harga kopi robusta sangat murah dibanding dengan roastery lain	1. Jika harga kopi yang ditawarkan sangat tinggi dibandingkan dengan roastery lain. 2. Jika harga kopi yang ditawarkan lebih tinggi dibandingkan dengan roastery lain. 3. Jika harga kopi yang ditawarkan sesuai atau sebanding dengan roastery lain 4. Jika harga kopi yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan roastery lain 5. Jika harga kopi sangat murah dibanding dengan roastery lain
2.	Kualitas produk	<i>Performance, reliability, feature, conformance to specifications, dan aesthetihics</i>	1. Jika kualitas produk kopi robusta hanya memenuhi salah satu komponen saja 2. Jika kualitas produk kopi robusta memenuhi dua komponen saja 3. Jika kualitas produk kopi robusta memenuhi tiga komponen saja 4. Jika kualitas produk	1. Jika kualitas produk kopi robusta hanya memenuhi salah satu komponen saja 2. Jika kualitas produk kopi robusta memenuhi dua komponen saja 3. Jika kualitas produk kopi robusta memenuhi tiga komponen saja 4. Jika kualitas produk

No	Atribut	Indikator	Skala Likert Tingkat Kepuasan	Skala Likert Tingkat Kepentingan
			kopi robusta memenuhi empat komponen saja 5. Jika kualitas produk kopi robusta memenuhi seluruh komponen.	kopi robusta memenuhi empat komponen saja 5. Jika kualitas produk kopi robusta memenuhi seluruh komponen.
3.	Kualitas pelayanan	Bukti langsung, empati, keandalan, jaminan dan daya tangkap.	1. Jika kualitas pelayanan Bedhag Kopi Roastery Jember memenuhi salah satu komponen saja 2. Jika kualitas pelayanan Bedhag Kopi Roastery Jember memenuhi dua komponen saja 3. Jika kualitas pelayanan Bedhag Kopi Roastery Jember memenuhi tiga komponen saja 4. Jika kualitas pelayanan Bedhag Kopi Roastery Jember memenuhi empat komponen saja 5. Jika kualitas pelayanan Bedhag Kopi Roastery Jember memenuhi seluruh komponen	1. Jika kualitas pelayanan Bedhag Kopi Roastery Jember memenuhi salah satu komponen saja 2. Jika kualitas pelayanan Bedhag Kopi Roastery Jember memenuhi dua komponen saja 3. Jika kualitas pelayanan Bedhag Kopi Roastery Jember memenuhi tiga komponen saja 4. Jika kualitas pelayanan Bedhag Kopi Roastery Jember memenuhi empat komponen saja 5. Jika kualitas pelayanan Bedhag Kopi Roastery Jember memenuhi seluruh komponen

Sumber : (Utami *et al.*, 2019) dan (Syahputra *et al.*, 2015)

Dalam mengetahui tingkat kepuasan reseller digunakan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) melalui serangkaian perhitungan sebagai berikut:

- a. Penentuan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) dengan rumus:

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

Keterangan:

$\sum_{i=1}^n Y_i$  = Total nilai kepentingan indikator ke-i dari seluruh *reseller*

$\sum_{i=1}^n X_i$  = Total nilai kepuasan indikator ke-i dari seluruh *reseller*

n = Jumlah *reseller*

- b. Faktor Pembobot (*Weight Factors* - WF) dihitung. Faktor ini diperoleh dari rata-rata nilai kepentingan per atribut, yang dikenal sebagai MIS (*Mean Importance Score*). Rumusnya adalah:

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_i^p MIS_i} \times 100\%$$

Keterangan:

MIS<sub>i</sub> = Nilai rata-rata kepentingan indikator ke-i

$\sum_i^p MIS_i$  = Total nilai rata-rata kepentingan seluruh indikator (p)

- c. Skor Bobot (*Weight Score* - WS) didapatkan dengan cara mengalikan Faktor Pembobot (WF) dengan Skor Rata-Rata Kepuasan (MSS). Perhitungannya menggunakan rumus:

$$WS = WFi \times MSSi$$

Keterangan:

WFi = Faktor pembobot indikator ke-i

MSS<sub>i</sub> = Nilai rata-rata kepuasan indikator ke-i

- d. Total Rata-Rata Bobot (*Weight Average Total* - WAT) dihitung dengan menjumlahkan seluruh Skor Bobot (WS) dari seluruh atribut. Rumusnya yaitu:

$$WAT = WS_1 + WS_2 + WS_3 + \dots + WS_n$$

- e. Penentuan CSI (*Customer Satisfaction Index*) diperoleh dari hasil pembagian WAT (Total Rata-Rata Bobot) dengan nilai tertinggi skala (*Highest Scale* - HS). Perhitungan CSI dirumuskan sebagai berikut:

$$CSI = \frac{WAT}{HS} \times 100\%$$

Keterangan:

CSI = *Customer Satisfaction Index*

WAT = Total nilai pembobot

HS = Skala maksimum yang digunakan adalah 5

Setelah mendapatkan hasil perhitungan kepuasan total, penentuan kategori kepuasan dilakukan berdasarkan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3. Pengambilan Keputusan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nilai (%)	Kriteria
81-100	Sangat puas
61-80	Puas

Nilai (%)	Kriteria
41-60	Cukup puas
21-40	Kurang puas
0-20	Tidak puas

Sumber : (Sumarwan *et al.*, 2015)

Dalam mengetahui strategi meningkatkan kepuasan reseller digunakan analisis IPA dengan 2 teknik sebagai berikut:

a. Tingkat Kesesuaian

Perhitungan tingkat Kesesuaian didapatkan dari skor jawaban kuesioner. Rumus dari tingkat kesesuaian sebagai berikut:

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

dimana :

TKi = Tingkat kesesuaian

Xi = Skor penilaian kepuasan

Yi = Skor penilaian kepentingan

Hasil dari perhitungan tingkat kesesuaian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1)  $Tki > 100\%$  menunjukkan bahwa layanan yang diberikan sudah ideal, yakni sesuai dengan apa yang diharapkan dan memuaskan.
- 2)  $Tki = 100\%$  berarti layanan yang diberikan kurang memenuhi harapan reseller.
- 3)  $Tki < 100\%$  diartikan bahwa kualitas layanan belum mencapai level kepuasan yang diinginkan.

b. Diagram Kartesius

Diagram kartesius adalah representasi visual yang berfungsi untuk memetakan dan menjelaskan level kepuasan setiap indikator. Pada diagram ini, sumbu X (mendatar) mewakili skor rata-rata kinerja yang dirasakan, sementara sumbu Y (tegak) merepresentasikan skor rata-rata tingkat harapan terhadap layanan. Untuk menentukan titik koordinat antara kepentingan-kinerja, skor rata-rata dari setiap indikator dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum Xi}{n} \text{ dan } Y = \frac{\sum Yi}{n}$$

dimana :

X = Skor rata-rata tingkat kinerja indikator i

Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan indikator

$\sum Xi$  = Total skor penilaian kinerja indikator i

$\sum Y_i$  = Total skor penilaian kepentingan indikator i

n = Jumlah responden

Diagram kartesius dibagi menjadi empat kuadran dengan dua garis tegak lurus yang berpotongan, di mana garis potong ini mengacu pada nilai rata-rata (mean) atau median.



Gambar 1. Diagram Kartesius

(sumber: Riyanto & Putra, 2022)

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### Tingkat Kepuasan *Reseller* terhadap Produk Kopi Robusta Bedhag Kopi Roastery Jember

Berdasarkan data tabulasi yang diperoleh dari hasil kuesioner, maka dapat dihitung nilai indeks kepuasan reseller *coffee shop* dan reseller toko oleh-oleh sebagai berikut:

Tabel 4. Perhitungan Tingkat Kepuasan Reseller *Coffee Shop*

No	Atribut	Indikator	MSS	MIS	WF	WS
1.	Harga	- Harga kopi mampu bersaing dengan roastery	2.80	4.00	17.24	48.28
		- Keterjangkauan harga	3.40	4.80	20.69	74.34
		- Kesesuaian harga dengan kualitas produk	2.40	5.00	21.55	51.72
2.	Kualitas produk	- <i>Performance, reliability, conformance to specifications, feature, dan aesthetihics</i>	2.00	4.60	19.83	39.66
3.	Kualitas pelayanan	- Bukti langsung, keandalan, daya tangkap, jaminan, dan empati	3.60	4.80	20.69	74.48
		Total	14.20	23.20	100	
		WAT				284.48
		CSI (%)				56.90

Sumber: Data Primer Diolah (Mei, 2025)

Keterangan:

MSS : *Mean Satisfication Score*

MIS : *Mean Importance Score*

WF : *Weight Factors*

WS : *Weight Score*

WAT : *Weight Average Total*

CSI : *Customer Satisfaction Index*

Berdasarkan Tabel 3. diketahui nilai CSI sebesar 56,90% yang menempatkan reseller *coffee shop* pada kategori cukup puas (rentang 41-60) terhadap produk kopi robusta Bedhag Kopi Roastery Jember. Namun, masih terdapat sekitar 41,1% tingkat kepuasan yang belum terpenuhi, khususnya pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk dan beberapa indikator dalam atribut kualitas produk. Ketidakpuasan ini timbul akibat inkonsistensi rasa dan aroma kopi robusta, dan laporan produk yang beberapa kali tiba dalam kondisi gosong.

Tabel 5. Perhitungan Tingkat Kepuasan Reseller Toko Oleh-Oleh

No	Atribut	Indikator	MSS	MIS	WF	WS
		- Kesesuaian harga dengan kualitas produk	4.00	5.00	20.00	80.00
		- Harga kopi mampu bersaing dengan roaster	3.30	5.00	20.00	66.00
		- Keterjangkauan harga	4.00	5.00	20.00	80.00
2.	Kualitas produk	- <i>Feature, conformance to spesifications, reliability, dan aesthetihics dan Performance</i>	3.00	5.00	20.00	60.00
3.	Kualitas pelayanan	- keandalan, empati, daya tangkap, bukti langsung dan jaminan.	5.00	5.00	20.00	100.00
		Total	19.30	25.00	100	
		WAT				386.00
		<b>CSI (%)</b>				<b>73.30</b>

Sumber : Data Primer Diolah (Mei, 2025)

Keterangan:

MSS : *Mean Satisfication Score*

MIS : *Mean Importance Score*

WF : *Weight Factors*

WS : *Weight Score*

WAT : *Weight Average Total*

CSI : *Customer Satisfaction Index*

Pada Tabel 5. diperoleh nilai indeks kepuasan reseller toko oleh-oleh terhadap produk kopi robusta Bedhag Kopi Roastery Jember mencapai 73,30% yang artinya reseller merasa puas. Namun, masih terdapat 26,7% dari tingkat kepuasan yang belum terpenuhi yaitu pada indikator-indikator yang termasuk dalam atribut kualitas produk. Ketidakpuasan

tersebut terutama disebabkan oleh ketidakkonsistenan cita rasa dan aroma kopi robusta yang diterima oleh para reseller.

### Strategi Meningkatkan Kepuasan *Reseller* terhadap Produk Kopi Robusta Bedhag Kopi Roastery Jember

Analisis IPA memberikan gambaran data yang dipresentasikan dalam bentuk diagram dengan menggunakan *scatter plot* program SPSS 22. Dalam analisis IPA, terlebih dahulu melakukan perhitungan untuk mengetahui tingkat kesesuaian yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 6. Perhitungan IPA

No	Indikator	$X_i$	$Y_i$	$\bar{X}$	$\bar{Y}$	Tki (%)
1.	Keterjangkauan harga	29	39	3.63	4.88	74.36
2.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	24	40	3.00	5.00	60.00
3.	Harga kopi mampu bersaing dengan roastery lain	24	35	3.00	4.38	68.57
4.	Kualitas produk ( <i>performance, feature, reliability, aesthetihic dan conformance to spesifications</i> )	19	38	2.38	4.75	78.95
5.	Kualitas pelayanan ( <i>daya tangkap, keandalan, bukti langsung, jaminan, dan empati</i> )	33	39	4.13	4.88	84.62
	<b>Rata-rata</b>			<b>3.23</b>	<b>4.78</b>	<b>73.30</b>

Sumber : Data Primer Diolah (Mei, 2025)

Keterangan:

X : skor rata-rata tingkat kepuasan indikator i

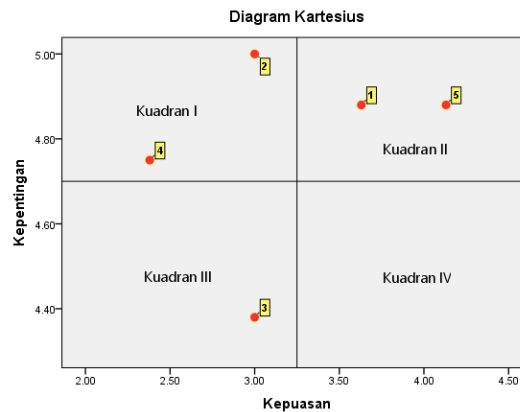
Y : skor rata-rata tingkat kepentingan indikator i

$\sum X_i$  : total skor penilaian kepuasan indikator i

$\sum Y_i$  : total skor penilaian kepentingan indikator i

n : jumlah *reseller*

Berdasarkan Tabel 6. dapat dilihat bahwa rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 73.30% menyiratkan bahwa kualitas layanan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi atau hal-hal yang dianggap penting oleh reseller. Nilai rata-rata kepuasan setiap indikator dimasukkan pada kuadran diagram kartesius yang dibatasi dengan garis potong. Garis potong diperoleh dari nilai total rata-rata tingkat kepuasan sebesar 3.23 dan nilai total rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4.78. Nilai total rata-rata tingkat kepuasan sebagai garis pembagi sumbu kepuasan (X) sedangkan nilai total rata-rata tingkat kepentingan sebagai garis pembagi sumbu kepentingan (Y). Berikut diagram kartesius IPA yang menunjukkan indikator-indikator kepuasan *reseller* terhadap produk kopi robusta Bedhag Kopi Roastery Jember.



Gambar 2. Diagram Kartesius Tingkat Kepuasan *Reseller*

Hasil analisis IPA yang divisualisasikan pada diagram kartesius menjadi dasar penentuan strategi. Strategi yang akan diimplementasikan ditentukan berdasarkan penempatan indikator pada diagram kartesius hasil analisis IPA. Kuadran I mencakup indikator-indikator yang harus segera ditingkatkan, sedangkan Kuadran II berisi indikator-indikator penting yang wajib dipertahankan atau diperkuat kinerjanya. Kuadran I menunjukkan terdapat dua dimensi yang memerlukan perbaikan yaitu kesesuaian harga dengan kualitas produk (2), dan atribut kualitas produk (4) khususnya pada *performance*, *reliability*, dan *conformance to specifications*. Ketidakpuasan tersebut sebagian besar disebabkan oleh kondisi produk kopi robusta yang beberapa kali mengalami kekosongan, sehingga berdampak langsung terhadap penurunan kualitas cita rasa dan aroma kopi. Dalam meningkatkan kepuasan *reseller* terhadap indikator kesesuaian harga dengan kualitas kopi robusta, dan indikator pada atribut kualitas produk. Bedhag Kopi Roastery Jember perlu memperbaiki dan memperhatikan kembali indikator tersebut khususnya dalam perbaikan kualitas kopi. Bedhag Kopi Roastery Jember perlu memperbaiki cara penyangraian kopi yang baik dan benar. Selain itu, Bedhag Kopi Roastery Jember juga perlu mendapat bimbingan dan pelatihan langsung dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember yang mendampingi Bedhag Kopi selama usaha berdiri. Hasanah & Suhma (2025) mengatakan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember secara aktif menyelenggarakan berbagai program pelatihan dan pendampingan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) guna meningkatkan daya saing, inovasi, serta kualitas produk lokal.

Bedhag Kopi Roastery Jember perlu mempertahankan, atau bahkan meningkatkan, indikator-indikator yang berada pada Kuadran II, yaitu keterjangkauan harga (1) dan indikator yang termasuk dalam dimensi kualitas pelayanan (5).

Berdasarkan hasil tanggapan para reseller, harga yang diberikan Bedhag Kopi Roastery Jember terjangkau dan sesuai dengan harga pasaran. Meskipun demikian, tetap perlu diperhatikan dan ditingkatkan seperti dengan memberikan diskon berjenjang, di mana *reseller* yang membeli dalam jumlah besar dapat memperoleh potongan harga khusus. Strategi ini tidak hanya menjaga persepsi keterjangkauan, tetapi juga mendorong peningkatan volume pembelian. Indikator yang termasuk pada kualitas pelayanan juga khususnya daya tangkap dan empati harus ditingkatkan. Bedhag Kopi dianggap belum cukup cepat atau tanggap, terutama dalam menyikapi keluhan mengenai produk kopi robusta yang dikirim dalam kondisi gosong. Reseller mengeluhkan bahwa saat terjadi masalah seperti ini, pihak Bedhag tidak segera memberikan solusi yang memadai. Mereka berharap adanya respons yang lebih sigap dan konkret, seperti penggantian produk secara langsung, sehingga reseller tidak mengalami kerugian atau hambatan dalam proses penjualan ke pelanggan mereka. Empati sebagai indikator kedua yang dinilai kurang dalam kemampuan memahami dan memperhatikan kebutuhan dan harapan reseller. Reseller menyarankan agar Bedhag Kopi melakukan evaluasi menyeluruh terhadap harapan reseller terkait kualitas produk, yang utamanya dipengaruhi oleh proses pengolahan kopi yang mungkin belum maksimal. Dengan perbaikan di aspek ini, reseller berharap produk yang dikirimkan memiliki kualitas yang stabil dan sesuai standar, sehingga kebutuhan dan harapan mereka benar-benar diperhatikan dan dipenuhi.

Hasil analisis IPA juga menunjukkan terdapat indikator yang berada pada kuadran III yaitu harga kopi mampu bersaing dengan roastery lain (3), dimana indikator pada area ini tidak terlalu perlu terlalu diperhatikan. Beberapa reseller menilai bahwa harga kopi robusta dari Bedhag Kopi Roastery Jember sudah kompetitif dan sebanding dengan harga yang ditawarkan oleh roastery-roastery lain di Kabupaten Jember. Bahkan, salah satu reseller menyampaikan bahwa harga kopi robusta Bedhag Kopi tergolong lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya. Namun, Amri et al., (2021) berargumen bahwa perusahaan tetap disarankan untuk tidak mengabaikan indikator-indikator yang berada pada Kuadran III, meskipun dengan fokus perhatian yang lebih rendah. Sebagai langkah peningkatan, Bedhag Kopi Roastery Jember dapat melakukan evaluasi berkala terhadap harga jual, dengan mempertimbangkan dinamika pasar dan harga dari kompetitor.

#### 4. Kesimpulan

Tingkat kepuasan reseller *coffee shop* mencapai 56,90%, dikategorikan cukup puas dan terdapat defisit kepuasan sebesar 41,1% yang berpusat pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan atribut kualitas produk. Sementara tingkat kepuasan toko oleh-oleh mencapai sebesar 73,30% yang mana tergolong dalam kategori puas, dan sisanya sebesar 26,7% kepuasannya belum terpenuhi terutama pada indikator pada atribut kualitas produk. Strategi peningkatan kepuasan *reseller* terhadap produk kopi robusta Bedhag Kopi Roastery Jember adalah dengan meningkatkan kepuasan *reseller* dari indikator yang berada pada kuadran I yaitu pada salah satu atribut harga yaitu kesesuaian harga dengan kualitas produk dan indikator pada atribut kualitas produk yakni kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), dan kepatuhan terhadap spesifikasi (*conformance to specifications*).

#### Daftar Pustaka

- Andri, K. B. (2025). *Tren 2025: Peluang dan Daya Saing Kopi Indonesia*. Balai Perakitan dan Pengujian Tanaman Industri dan Penyegar. Diakses dari [https://tanamanindustri.bsip.pertanian.go.id/berita/tren-2025\\_peluang\\_dan-daya-saing-kopi-indonesia](https://tanamanindustri.bsip.pertanian.go.id/berita/tren-2025_peluang_dan-daya-saing-kopi-indonesia)
- Firmansyah & Wahyuni.(2022). Analisis Strategi Pemasaran dan Kepuasan Mitra Dagang pada Industri Kopi Lokal. *Jurnal Agribisnis Indonesia*
- Fitri. A., Musliha, D., Asalisa, S. P., Rifa'i, T. S. P., Agustin, S., & Hisyam, A. (2024). Meracik Kesuksesan: Aspek Kelayakan Usaha di Era Milenial Pada Bedhag Kopi Kabupaten Jember. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 41–49.
- Hasanah, S. A., & Suhma, W. K. (2025). Upaya pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah di kabupaten jember: studi kasus Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember. *Jurnal Penelitian Nusantara*. 1, 612–618.
- Hidayat. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Saluran Distribusi pada Industri Kreatif Berbasis Kopi*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 211-224
- Lestari. (2023). Daya Saing Kopi Robusta Jember di Pasar Domestik: Pendekatan Rantai Pasok. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*
- Nugroho, A. (2024). *Transformasi Roastery Lokal dalam Menghadapi Persaingan Global: Studi Kasus di Jawa Timur*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 22(1), 12-25
- Refiana, F. (2021). Analisis teknis dan finansial usaha pembuatan kopi bubuk “Kopi Aranio”

di desa Aranio. *ZIRAA'AH*, 48(1), 68–74.

Riyanto, S., & Putra, A. R. (2022). *Metode Riset Penelitian Kesehatan dan Sains*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.

Saputra dkk. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Reseller dalam Distribusi Produk Pangan*. *Jurnal Manajemen Perkebunan*

Sumarwan, U., Kirbrandoko, Najib, M., Suroso, A. I., Fahmi, I., Djohar, S., & Johan, R. (2015). *Pemasaran strategik: perspektif perilaku konsumen dan marketing plan*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.

Syahputra, C., Mulyo, J. H., & Suryatini, A. (2015). *Analisis Komparasi Kepuasan Konsumen Coffee Shop di Yogyakarta*. *Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian (JASEP)*, 1(2), 17–38.

Utami, D., Lubis, S. N., & Fauzia, L. (2019). *Analisis Kepuasan Konsumen dalam Memilih Coffee Shop di Kota Medan*.