

KUALITAS PRODUK: ANALISIS PRODUK MINUMAN KOPI DI CAFE AGAM PISAN PALEMBANG

(PRODUCT QUALITY: PRODUCT ANALYSIS OF COFFEE BEVERAGES AT CAFE AGAM PISAN PALEMBANG)

Andhika Chandra Lesmana¹

Poltekpar Palembang
chandra.andhika87@gmail.com

Enos Julvirta²

Poltekpar Palembang
enj@poltekpar-palembang.ac.id

ABSTRACT

Product quality is an effort to meet or even exceed customer expectations. One of the most common crops in Indonesia is coffee. The high consumption of coffee is driven by the extensive development of cafes, especially in Palembang City. Encouraging business owners to be more creative in making beverage products that they offer to customers. Agam Pisan Café is one of those cafes, and this place not only sells coffee beverage products, but also produces its own coffee beans. This study was conducted to analyze the quality of coffee drinks at Agam Pisan Café based on aroma, acidity, body, flavour, aftertaste, and sweetness on 3 populer drinks. The method used is a verification descriptive method with a percentage model. Data collection techniques are obtained through observation, interviews, questionnaires, documentation studies, and literature studies. The results showed that the product quality of creamy aren coffee drinks reached 67.28%, in the “appropriate” category, the product quality of creamy matcha expresso drinks reached 59.83%, in the ‘sufficient’ category, and the product quality of avocado coffee drinks reached 62.78%, in the “appropriate” category.

Keywords: Product Quality, Coffee Beverages, Agam Pisan Café Palembang

ABSTRAK

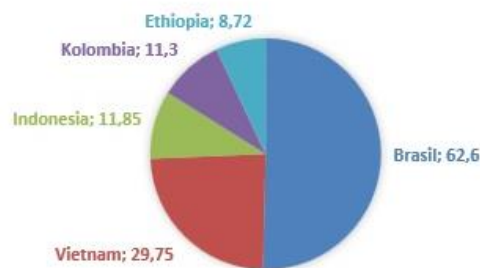
Kualitas produk merupakan upaya untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Salah satu tanaman paling umum di Indonesia adalah kopi. Konsumsi kopi yang tinggi didorong oleh pengembangan kafe yang luas, terutama di Kota Palembang. Mendorong pemilik bisnis untuk lebih kreatif membuat produk minuman yang mereka tawarkan kepada pelanggan. *Café Agam Pisan* merupakan salah satu *cafe* tersebut, dan tempat ini tidak hanya menjual produk minuman kopi saja, namun juga menghasilkan biji kopi sendiri. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kualitas minuman kopi pada *Café Agam Pisan* berdasarkan *aroma, acidity, body, flavour, aftertaste*, dan *sweetness*

pada 3 minuman unggulan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif dengan model persentase. Teknik pengumpulan data didapat melalui observasi, wawancara, kuisioner, studi dokumentasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk minuman kopi aren *creamy* mencapai 67,28%, dalam kategori "**sesuai**", kualitas produk minuman matcha ekspreso *creamy* mencapai 59,83%, dalam kategori "**cukup**", dan kualitas produk minuman *avocado coffee* mencapai 62,78%, dalam kategori "**sesuai**".

Kata Kunci : Kualitas Produk, Minuman Kopi, *Café* Agam Pisan Palembang

PENDAHULUAN

Produksi kopi di Indonesia mengalami peningkatan dalam lima tahun terakhir, dan pada tahun 2023, Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai produsen kopi terbesar di dunia mengikuti negara-negara seperti Brasil, dan Vietnam. Dengan tingkat produksi kopi sebanyak 11,85 juta kantong (setiap kantong berisi 60kg kopi), dengan rincian 10,5 juta kopi robusta dan 1,3 juta kopi arabika, meskipun kopi arabika di Indonesia tidak diekspor dalam jumlah yang besar tetapi mendapatkan apresiasi tinggi di berbagai penjuru dunia berkat kualitas rasa yang istimewa yang dimilikinya.



Sumber: United States Department of Agriculture (USDA 2023)

Gambar 1
Negara Penghasil Kopi Terbesar Di Dunia

Dikuatkan informasi dari Kompas.com (2025), “Indonesia adalah produsen kopi terbesar keempat di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia, dengan produksi sekitar 789.000 ton per tahun, untuk 2022-2025. Dari total produksi, 150.000 ton adalah arabika, sementara 600.000 ton lainnya robusta”.

Sumatra selatan menjadi provinsi penghasil kopi terbesar dengan volume produksi mencapai 212,4 ribu ton atau 26,72% dari total produksi kopi nasional. Kopi telah menjelma menjadi kebutuhan hidup, memasok energi, dan menjadi bahasa universal bagi semua kalangan tanpa batas, kopi tak lagi sekadar minuman, apalagi diracik dengan rempah nusantara,” Teten (2022).

Berikut merupakan hasil produksi kopi di seluruh Provinsi di Indonesia:

Tabel 1
Hasil Produksi Kopi Di Beberapa Provinsi

No	PROVINSI	HASIL (TON)
1	Sumatra Selatan	212,4
2	Lampung	124,5
3	Sumatra Utara	87
4	Aceh	75,3
5	Bengkulu	60,1

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa Provinsi Sumatera Selatan menjadi Provinsi penghasil kopi terbanyak pada tahun 2022 dengan jumlah sebanyak 212,4 ton dibandingkan Provinsi penghasil kopi lainnya. Konsumsi kopi yang tinggi didukung dengan semakin banyaknya kedai kopi atau biasa dikenal dengan istilah *café* tumbuh berkembang di kota Palembang.

Kopi adalah salah satu tanaman yang banyak ditanam di Indonesia. Selama berabad-abad, kopi telah menjadi komoditas bernilai tinggi yang selalu laku di pasaran karena dapat diolah menjadi minuman yang lezat. Kopi telah menjadi simbol budaya yang menghubungkan individu dari berbagai latar belakang sosial, ekonomi, dan geografis yang berbeda. Di seluruh dunia, kopi tersedia dalam beragam bentuk dan variasi, mulai dari *espresso* pekat ala Italia hingga kopi tradisional yang khas di berbagai Negara, seperti Kopi Tubruk di Indonesia, *Turkish Coffee* di Timur Tengah, dan *French Press* di Prancis.

Terdapat berbagai variasi kopi yang dihasilkan, tetapi yang sering di jumpai adalah kopi robusta dan kopi arabika. Kedua jenis kopi ini memiliki ciri khas masing-masing. Kopi robusta dikenal sebagai kopi yang dapat tumbuh dengan baik di berbagai kondisi. Keunikan kopi robusta terletak pada tingkat kafein yang lebih tinggi dan rasa yang lebih kuat, sedangkan kopi arabika dikenal dengan karakteristik rasa yang lebih lembut dan nuansa *fruity* yang khas, disertai dengan sentuhan rasa buah buahan, serta biji-bijian. Hal ini menciptakan keberagaman cita rasa yang menjadi ciri khas kopi arabika.

Menurut *American Beverage Association* (2023): minuman adalah suatu produk yang dapat diminum dan dikonsumsi untuk berbagai tujuan, termasuk menghilangkan rasa haus, memberikan nutrisi, meningkatkan tenaga atau memberikan manfaat kesehatan. Pengertian ini mencakup berbagai jenis minuman, baik minuman beralkohol maupun minuman non-alkohol. Berikut adalah jenis-jenis minuman menurut *American Beverage Association* (2023):

1. **Minuman beralkohol** adalah minuman yang mengandung alkohol, yaitu zat yang dapat memabukkan. Contoh minuman beralkohol adalah *beer*, *wine*, *whisky*, *vodka*, *rum*, dan *tequila*.
2. **Minuman non-alkohol** dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuannya, yaitu:
 - a. Minuman untuk menghilangkan rasa haus, seperti air putih, jus, dan susu
 - b. Minuman untuk memberikan nutrisi, seperti susu, jus, dan minuman berenergi.

- c. Minuman untuk memberikan manfaat kesehatan, seperti minuman kesehatan dan minuman fungsional.
- d. Minuman berkarbonasi, yaitu minuman yang mengandung karbon dioksida, yaitu gas yang memberikan tekstur bersoda. Contoh minuman berkarbonasi adalah soda, air soda, dan *kombucha*.
- e. Minuman beraroma, yaitu minuman yang telah diberi rasa dengan menggunakan rasa alami atau buatan. Contoh minuman beraroma adalah jus buah, kopi, dan teh.

Café atau kedai kopi merupakan jenis bisnis yang sangat populer di kalangan pengusaha di Indonesia. *Café* bukan hanya sekadar tempat untuk membeli kopi, tetapi juga berfungsi sebagai tempat untuk berbagi pengalaman sosial, budaya, dan bahkan seni bagi pelanggannya. Menurut Marsum (2015) Kafe adalah “tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam dan diluar restoran”. *Café* perlu merancang menu kopi dengan elemen inovatif, menciptakan suasana yang unik, dan berkontribusi dalam memperkenalkan berbagai jenis kopi dari berbagai daerah kepada para pelanggan

Keberhasilan dalam mencapai tujuan pemasaran perusahaan sangat tergantung pada sejauh mana produk tersebut memenuhi harapan konsumen. Kualitas merupakan suatu standar mutu yang dimana setiap unsur saling berkaitan, serta dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi keinginan konsumen, kualitas juga faktor primer dalam memilih pemilihan suatu produk bagi pengunjung serta adalah kunci pada memenangkan persaingan menggunakan pasar. Menurut Yamit (2017), "kualitas" dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi dinamis yang terkait dengan produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan.

Hal ini selaras dengan teori dari Afnina dan Hastuti (2018) "Kualitas produk merupakan upaya untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Kualitas ini mencakup berbagai aspek, termasuk produk itu sendiri, layanan yang diberikan, tenaga kerja yang terlibat, proses produksi, dan dampak lingkungan". Oleh karena itu perlu di ketahuai indikator untuk dapat menentukan sebuah produk itu baik atau tidak berdasarkan standar yang seharusnya. Kemudian menurut Hayani dalam Alvaridzi (2023), “Kualitas produk dari minuman menjadi variabel penting yang dapat mempengaruhi kepuasan dari minuman untuk konsumen”.

Menurut Panggabean (2019) standarisasi karakteristik cita rasa kopi dapat dilihat dari 6 karakteristik sebagai berikut:

1. *Aroma*: Terdapat berbagai karakteristik aroma dalam kopi yang umumnya mencakup nuansa *earthy*, *spicy*, *floral*, atau *nutty*. Aroma yang terpancar dari secangkir kopi yang baru diseduh mencerminkan rasa umum yang terkandung dalam kopi tersebut.
3. *Acidity*: Keasaman sering dijelaskan sebagai rasa asam yang enak. Keasaman yang baik akan memberikan sentuhan manis, mirip dengan rasa buah segar yang langsung terasa saat kopi pertama kali diseruput. Namun, jika keasaman terlalu dominan, itu dapat membuat kopi terasa kurang enak.

4. *Body*: *Body* merujuk pada sensasi ketika kopi masuk ke dalam mulut, terutama di antara lidah dan langit-langit. Biasanya, kopi dengan *body* yang kental akan mendapatkan penilaian tinggi. Namun, kopi dengan *body* yang ringan juga bisa memberikan pengalaman rasa yang nikmat di mulut.
5. *Flavour*: Rasa mencerminkan karakteristik khusus yang merupakan hasil dari kombinasi aroma, keasaman, dan *after taste*. Sensasi rasa ini dirasakan di lidah dan hidung ketika aroma mengalir dari mulut ke hidung. Rasa akan sangat memengaruhi penilaian kualitas dan kompleksitas kopi.
6. *Aftertaste*: *Aftertaste* adalah durasi dari rasa dan aroma yang masih ada di langit-langit belakang mulut setelah kopi selesai diminum atau ditelan.
7. *Sweetness*: Kopi mengandung karbohidrat, sehingga dapat memberikan rasa manis yang nikmat. Dalam konteks ini, manis berbeda dengan rasa *sukrosa* yang biasanya terdapat dalam minuman ringan.

Untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk yang diberikan tentunya para pemilik usaha café harus melakukan evaluasi melalui pendapat pelanggan mengenai apa yang mereka rasakan terhadap produk minuman kopi yang disajikan di café tersebut sehingga dapat membuat tamu merasa puas dengan produk yang dinikmatinya.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif verifikatif dengan model persentase. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif karena bertujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian maupun hasil penelitian. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel maupun lebih, tanpa membuat perbandingan atau menghubungkannya dengan variabel lain (Sugiyono, 2019). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang dan sedang mengonsumsi produk minuman di Agam Pisan Roasters. Sampel diambil menggunakan teknik *random sampling*. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada teori Roscoe (Sugiyono, 2018). Menurut Roscoe, ukuran sampel yang sesuai dalam penelitian adalah antara 30 hingga 500 responden. Selain itu, apabila penelitian melibatkan analisis multivariat seperti korelasi atau regresi, maka jumlah sampel sebaiknya minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti.

Berdasarkan prinsip tersebut, jumlah sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 60 responden, karena penelitian ini melibatkan enam variabel. Dengan demikian, penelitian ini akan mengikuti pedoman yang telah ditetapkan oleh Roscoe untuk menjamin validitas dan representativitas sampel. Isi kuesioner terdiri dari enam pernyataan dengan rincian indikator: aroma, *acidity*, *body*, *flavour*, *aftertaste*, dan *sweetness*. Setiap pertanyaan disediakan lima alternatif jawaban, yaitu: Sangat tidak sesuai, Tidak sesuai, Cukup, Sesuai, dan Sangat sesuai.

jawaban, yaitu: Sangat tidak sesuai, Tidak sesuai, Cukup, Sesuai, dan Sangat sesuai.

Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan mencakup:

a) Observasi

Dalam rangka melakukan penelitian, observasi dilakukan dengan cara memperhatikan secara mendalam kualitas produk minuman kopi yang disajikan di *Café Agam Pisan*, Palembang. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data melalui observasi biasanya digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, fenomena alam, dan ketika jumlah responden yang diamati tidak terlalu besar.

b) Wawancara

Menurut Sugiyono (2018), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data yang penulis teliti untuk mengidentifikasi masalah yang akan diteliti. Metode ini melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden, di mana informasi diperoleh melalui komunikasi lisan dengan tujuan untuk menjelaskan permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terstruktur secara langsung dengan pemilik *Agam Pisan Coffee Roasters* Palembang, yang bertanggung jawab atas keseluruhan operasional *café* tersebut.

c) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019), memberikan seperangkat pernyataan serta pertanyaan tertulis kepada responden untuk dikumpulkan menjadi data pendukung yang akurat berdasarkan pengalaman yang dirasakan tamu. Kuesioner diberikan kepada tamu sebanyak 60 responden dimana terbagi menjadi 5 responden Expert dan selebihnya adalah responden secara random guna memperoleh data terkait dengan kualitas produk minuman kopi.

d) Studi Kepustakaan

Studi pustaka, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2018), berkaitan dengan tinjauan teoritis dan referensi lain yang relevan dengan nilai, budaya, dan norma yang berlaku dalam situasi sosial yang menjadi fokus penelitian. Dalam penelitian ini, tentunya banyak sumber referensi baik dari buku dan literatur lainnya terkait pada objek dan judul penelitian yang di angkat.

Teknik Pengelolaan Data

Terdapat teknik dalam mengelola data dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala likert, dan perhitungan presentasi berdasarkan skor tertinggi dan terendah:

a) Skala Likert

Menurut sugiyono (2019) “skala likert yaitu metode yang digunakan untuk menilai sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial”. Untuk setiap jawaban akan diberikan skor 1-5 untuk mengukur setiap jawaban responden pada sebuah kuesioner.

Tabel 2
Skor Skala Likert

No	Kategori	Skor
1	Sangat Tidak Sesuai	1
2	Tidak Sesuai	2
3	Cukup	3
4	Sesuai	4
5	Sangat Sesuai	5

Sumber: Sugiyono (2019)

b) Skor tertinggi dan terendah

Rumus sebagai berikut:

Y : Skor tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden

X : Skor terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

c) Kriteria Interpretasi Skor

Tabel 3
Kriteria Skor

Kategori	Skor
0% - 20%	Sangat tidak sesuai
21% - 40%	Tidak sesuai
41% - 60%	Cukup
61% - 80%	Sesuai
81% - 100%	Sangat sesuai

Sumber: Sugiyono (2019)

Untuk mendapatkan hasil data presentasi yang sesuai dengan kriteria di atas maka menggunakan rumus index% sebagai berikut:

$$\text{Rumus index\%} = \frac{\text{Total skor}}{Y} \times 100$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

a) Gambaran Umum Responden

Berdasarkan data yang diperoleh terkait gambaran umum dari 60 responden didapat bahwa responden sebagian besar adalah laki-laki sebanyak 37 orang dan perempuan sebanyak 23 orang, sebagian besar responden berusia 20-25 tahun sebanyak 32 orang, diikuti oleh usia 26-30 tahun sebanyak 18 orang dan hanya sebagian kecil berusia 31-40 tahun yaitu sebanyak 10 orang, serta berdasarkan mayoritas responden merupakan

mahasiswa sebanyak 27, diikuti oleh pegawai swasta sebanyak 14 orang, PNS/ASN sebanyak 9 orang, *Expert*/terlatih sebanyak 5 orang, dan responden yang belum bekerja sebanyak 5 orang.

b) Perhitungan Hasil Kuesioner

1. Kopi Aren Creamy

Berikut tabel data pada produk minuman Kopi aren *creamy* yang terdiri dari 60 responden:

Tabel 4
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Minuman Kopi Aren Creamy

No	Keterangan	STS		TS		C		S		SS		Total	
		1		2		3		4		5		F	S
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
1	Aroma produk minuman Kopi Aren Creamy?	3	3	9	18	18	54	25	100	5	25	60	200
2	Acidity produk minuman Kopi Aren Creamy?	4	4	7	14	12	36	27	108	10	50	60	212
3	Body produk minuman Kopi Aren Creamy?	0	0	15	30	25	75	11	44	9	45	60	194
4	Flavour produk minuman Kopi Aren Creamy?	2	2	10	20	18	54	23	92	7	35	60	203
5	Aftertaste produk minuman Kopi Aren Creamy?	3	3	15	30	10	30	17	68	15	75	60	206
6	Sweetness produk minuman Kopi Aren Creamy?	5	5	8	16	22	66	16	64	9	45	60	196
Total		17	17	64	128	105	315	119	476	55	275	360	1211

Sumber: Olahan peneliti, 2023

Dilihat dari tabel diatas diketahui bahwa total Skor keseluruhan sebesar **1211**, selanjutnya dilakukan perhitungan untuk Skor tertinggi dan didapat skor sebesar **1800**, kemudian dilakukan penilaian dengan persentase skor dan didapat persentase sebesar **67,28%**.

Sehingga produk minuman Kopi aren *creamy* di Agam Pisan Palembang berdasarkan persentase masuk kedalam kategori “sesuai”.

2. *Matcha Espresso Creamy*

Berikut tabel data pada produk minuman *Matcha Espresso Creamy* yang terdiri dari 60 responden:

Tabel 5
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Minuman
Matcha Espresso Creamy

No	Keterangan	STS		TS		C		S		SS		Total	
		1		2		3		4		5		F	S
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
1	Aroma produk minuman <i>Matcha Espresso Creamy</i> ?	0	0	15	30	26	78	15	60	4	20	60	188
2	Acidity produk minuman <i>Matcha Espresso Creamy</i> ?	2	2	25	50	19	57	12	48	2	10	60	167
3	Body produk minuman <i>Matcha Espresso Creamy</i> ?	3	3	15	30	23	69	18	72	1	5	60	179
4	Flavour produk minuman <i>Matcha Espresso Creamy</i> ?	2	2	19	38	21	63	14	56	4	20	60	179
5	Aftertaste produk minuman <i>Matcha Espresso Creamy</i> ?	5	5	18	36	20	60	10	40	7	35	60	176
6	Sweetness produk minuman <i>Matcha Espresso Creamy</i> ?	3	3	15	30	18	54	19	76	5	25	60	188
Total		15	15	107	214	127	381	88	352	23	115	360	1077

Sumber: Olahan peneliti, 2023

Dilihat dari tabel diatas diketahui bahwa total Skor keseluruhan sebesar **1077**, selanjutnya dilakukan perhitungan untuk Skor tertinggi dan didapat skor sebesar **1800**, kemudian dilakukan penilaian dengan persentase skor dan didapat persentase sebesar **59,83%**. Sehingga produk minuman *Matcha Espresso Creamy* di Agam Pisan Palembang berdasarkan persentase masuk kedalam kategori “**cukup**”.

3. *Avocado Coffee*

Berikut tabel data pada produk minuman *Avocado Coffee* yang terdiri dari 60 responden:

Tabel 6
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Minuman *Avocado Coffee*

No	Keterangan	STS		TS		C		S		SS		Total	
		1		2		3		4		5		F	S
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
1	Aroma produk minuman <i>Avocado Coffee</i> ?	5	5	10	20	20	60	20	80	5	25	60	190
2	Acidity produk minuman <i>Avocado Coffee</i> ?	5	5	15	30	17	51	18	72	5	25	60	183
3	Body produk minuman <i>Avocado Coffee</i> ?	4	4	18	36	20	60	9	36	9	45	60	181
4	Flavour produk minuman <i>Avocado Coffee</i> ?	0	0	20	40	10	30	23	92	7	35	60	197
5	Aftertaste produk minuman <i>Avocado Coffee</i> ?	4	4	12	24	25	75	8	32	11	55	60	190
6	Sweetness produk minuman <i>Avocado Coffee</i> ?	2	2	15	30	24	72	10	40	9	45	60	189
Total		20	20	90	180	116	348	88	352	46	230	360	1130

Sumber: Olahan peneliti, 2023

Dilihat dari tabel diatas diketahui bahwa total Skor keseluruhan sebesar **1130**, selanjutnya dilakukan perhitungan untuk Skor tertinggi dan didapat skor sebesar **1800**, kemudian

dilakukan penilaian dengan persentase skor dan didapat persentase sebesar **62,78%**. Sehingga produk minuman *Avocado Coffee* di Agam Pisan Palembang berdasarkan persentase masuk kedalam kategori “**sesuai**”.

Maka jika di lihat berdasarkan persentase setiap indikator kualitas produk minuman kopi sebagai berikut:

Tabel 7
Indeks Persentase Indikator
Kualitas Produk Minuman Kopi

No	Indikator	Produk		
		Kopi Aren Creamy	Matcha Creamy	Avocado Coffee
1	Aroma	16,52	17,46	16,81
2	Acidity	17,51	15,51	16,19
3	Body	16,02	16,62	16,02
4	Flavour	16,76	16,62	17,43
5	Aftertaste	17,01	16,34	16,81
6	Sweetness	16,18	17,46	16,73

Sumber: Olahan peneliti, 2023

Pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa persentase untuk indikator **Aroma** tertinggi yaitu pada produk **Matcha Espresso Creamy** sebesar **17,46%** dan yang terendah yaitu produk **Kopi Aren Creamy** sebesar **16,52%**; pada indikator **Acidity** persentase tertinggi yaitu pada produk **Kopi Aren Creamy** sebesar **17,51%**, dan yang terendah yaitu produk **Matcha Espresso Creamy** sebesar **15,51%**; pada indikator **Body** persentase tertinggi yaitu pada produk **Matcha Espresso Creamy** sebesar **16,62%**, dan yang terendah yaitu produk **Matcha Espresso Creamy** dan **Avocado Coffee** sebesar **16,02%**; pada indikator **Flavour** persentase tertinggi yaitu pada produk **Avocado Coffee** sebesar **17,43%**, dan yang terendah yaitu produk **Matcha Espresso Creamy** sebesar **16,62%**; pada indikator **Aftertaste** persentase tertinggi yaitu pada produk **Kopi Aren Creamy** sebesar **17,01%**, dan yang terendah yaitu produk **Matcha Espresso Creamy** sebesar **16,32%**; dan pada indikator terakhir **Sweetness** persentase tertinggi yaitu pada produk **Kopi Aren Creamy** sebesar **17,43%**, dan yang terendah yaitu produk **Kopi Aren Creamy** sebesar **16,18%**.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di *café* Agam Pisan Palembang, berikut hasil persentase dari kualitas produk 3 minuman kopi unggulan di *café* Agam Pisan Palembang :

- a) Indeks Persentase setiap indikator pada produk minuman

Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan persentase setiap indikator pada produk minuman, terlihat bahwa pada indikator **Aroma** persentase tertinggi ada pada produk minuman **Matcha Espresso Creamy** sebesar **17,46%**, pada indikator **Acidity**

persentase tertinggi ada pada **Kopi Aren Creamy** sebesar **17,51%**, pada indikator **Body** persentase tertinggi ada pada **Matcha Espresso Creamy** sebesar **16,62%**, pada indikator **Flavour** persentase tertinggi ada pada **Avocado Coffee** sebesar **17,43%**, pada indikator **Aftertaste** persentase tertinggi ada pada **Kopi Aren Creamy** sebesar **17,01%**, dan terakhir pada indikator **Sweetness** persentase tertinggi ada pada **Matcha Espresso Creamy** sebesar **17,46%**.

b) Indeks Persentase keseluruhan

Disimpulkan bahwa hasil presentase keseluruhan terkait hasil penilaian pada 3 produk minuman kopi unggulan yaitu *Kopi Aren Creamy*, *Matcha Creamy*, dan *Avocado Coffee* di *Café Agam Pisan Palembang*, terlihat bahwa produk minuman **Kopi Aren Creamy** masuk kedalam kategori “sesuai” (**67,28%**), produk minuman **Matcha Espresso Creamy** masuk kedalam kategori “cukup” (**59,83%**), dan produk minuman **Avocado Coffee** masuk kedalam kategori “sesuai” (**62,78%**).

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 21-30.
- Alvaridzi, Aidil. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Minuman Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Luar Garis Tiban Kota Batam. *JURNAL MENATA*, Vol.2.No.1. Mei 2023, 50-65. DOI: 10.59193
- American Beverage Association. (2023). *The Beverage Industry: A Quick Guide*. Washington, DC: American Beverage Association.
- Edy Panggabehn (2019). *Buku pintar kopi*, Jakarta: Agro
- Marsum. (2015). *Restaurant dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi
- Paramita, Ayu Dyah & Fitrianto, Achmad Room. (2024). Analisis Daya Saing Kopi Indonesia dan Vietnam Di Pasar Asean. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, Volume 8, Nomor 3 (2024): 930-939.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit: Bandung Alfabeta.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit. Bandung Alfabeta,
- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit. Bandung Alfabeta.
- Yamit, Z. (2017). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Jakarta: Ekonisia
- <https://www.kompas.id/baca/wirausaha/2022/05/22/kopi-jadi-komoditas-penggerak-koperasi-dan-umkm-indonesia>, “Kopi Jadi Komoditas Penggerak Koperasi dan UMKM Indonesia”. Diakses tanggal 20 Maret 2025.
- <https://tanamanindustri.bsip.pertanian.go.id/berita/tren-2025-peluang-dan-daya-saing-kopi-indonesia#:~:text=INDONESIA%20adalah%20produsen%20kopi%20terbesar,sementara%20600.000%20ton%20lainnya%20robusta>. “Tren 2025: Peluang dan Daya Saing Kopi Indonesia”. Diakses tanggal 18 Maret 2025.