

MINUMAN KEKINIAN BERBAHAN DASAR KOPI

Ifa Aristia Sandra Ekayati¹, Sumadi², Dwi Imam Efendi^{3*}, Risma Nugrahani⁴

^{1,3,4}Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini, Universitas PGRI Ronggolawe

²Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas PGRI Ronggolawe

*Email: iarrachan@gmail.com

ABSTRAK

Gempa gempita minuman kekinian sekarang ini merajai kota, banyak anake warung kopi dengan format modern berdiri. Hal ini meningkatkan perminta kopi meningkat. Gaya hidup anak muda yang selalu mengikuti tren menjadi peluang usaha banyak masyarakat untuk meningkatkan ekonominya. Banyak sumber daya manusia terutama ibu-ibu rumah tangga yang belum dioptimalkan secara maksimal mejadi beban bagi desa. Sehingga dalam pelatihan ini dilakukan pembuatan minuman kekinian dengan bahan kopi. Tujuan dalam pengabdian ini adalah untuk memberikan keterampilan pada ibu-ibu rumah tangga tentang minuman kekinian yang dapat memberikan pemasukan dari segi ekonomi. Metode yang digunakan memperdayakan peserta melalui sosialisasi, pelatihan dan pengawasan. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan antusias peserta yang tinggi dibuktikan dengan hasil wawancara terbuka yang dilakukan.

Kata Kunci: kopi; sindei; minuman kekinian

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas tropis yang diperdagangkan secara global. Komoditas ini memiliki kecenderungan memiliki pasar yang meningkat di domestic maupun internasional dibandingkan dengan komoditas lainnya [1], [2]. Jumlah keseluruhan produksi kopi di Indonesia tahun 2013 mencapai 273.000 ton. Sebanyak 70% digunakan untuk ekspor dan 30 % adalah dikonsumsi di dalam negeri. Indonesia memiliki keunggulan pada jumlah kopi special yang dimiliki. Spesialisasi kopi adalah kopi dengan kualitas premium yang dilakukan melalui berbagai tahapan pengolahan pasca panen dan dikontrol secara ketat untuk menghasilkan rasa yang khas dari asal [3], [4]. Selain sebagai negara penghasil kopi, Indonesia juga menjadi negara dengan konsumsi kopi yang mengalami peningkatan dalam 5 tahun terakhir. Fenomena permintaan konsumsi kopi terjadi di Indonesia terjadi pada pertumbuhan keluarga kelas menengah [5]

Sehubungan dengan pasar kopi di Indonesia yang memiliki tren meningkat, berbagai merek kopi mulai membuka cabangnya di Indonesia. Akibatnya terjadi pertumbuhan kopi ritel misal starbucks, The Co ee Bean dan Tea leaf. Kedai kopi di Indonesia menempati peringkat ketiga dalam pertumbuhan industry kafe/bar, dan diperkirakan akan terus meningkat dengan

pesat dengan tingkat pertumbuhan mencapai 5.5% di tahun-tahun berikutnya [6].

Tidak seperti industry makanan dan minuman lainnya seperti restoran, industry kopi dalam hal ini berupa kedai kopi, mampu menciptakan artri yang khusus bagi pelanggannya. Para akdemisi menggambarkan bahwa konsumen memandang kedai kopi sebagai tempat yang serbaguna [10]. Dengan kata lain, konsumen memiliki banyak tujuan untuk mengunjungi kedai kopi selain mencicipi segelas kopi, seperti bertemu teman-teman rumpi, atau bertemu dengan orang yang berhubungan dengan kegiatan bisnis. Para pengunjung kedai kopi biasanya menghabiskan waktu berjam-jam [11].

Menurut laporan Ibis (2011), industry kedai kopi memiliki karakteristik cukup kompetitif dan rendah resiko. Mengingat karakteristik ini, penting untuk melakukan upaya mempertahankan pelanggan yang dimiliki dan berupa menarik pelanggan baru [12], [13]. Bisnis ini harus mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang pelanggan [11], [14]

Dusun widengan termasuk ke dalam wilayah kelurahan Gedongombo kecamatan Semanding yang merupakan wilayah dipinggiran kota Tuban yang potensi yang unik dan belum dikembangkan secara optimal. Potensi yang dimiliki oleh dusun widengan diantaranya pertanian. Pertanian biasanya

dilakukan oleh para laki-laki sedangkan untuk ibu-ibunya sebagian besar menjadi ibu rumah tangga. Banyaknya SDM yang belum dimanfaatkan menjadi peluang bagi usaha yang dapat memberikan nilai ekonomi tersendiri. Letak wilayah dusun widengan yang erada di pinggir kota menjadikan dusun tersebut tidak tertinggal dari keramaian kota. Salah satunya dengan makin maraknya industry dibidang kopi terutama kedai kopi.

Dalam rangka pengadaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan wawancara dengan warga sekitar, yaitu warga dusun widengan rt 04 tentang budaya makana dan minuman yang paling sering dikonsumsi. Hasil wawancara menunjukkan: 1) hampir semua warga di rt 03 baik laki-laki maupun perempuan suka mengonsumsi minuman kopi, 2) Sebagian besar warga rt 03 meminum kpoi hitam tanpa varian yang lain, 3) merasa bosan dengan kopi yang serupa terus menerus, 4) anak- anak dan remaja warga rt 03 suka makan di luar dan nongkrong.

Hasil wawancara diatas menjadi bahan bagi kami untuk menganalisanya yang dihasilkan bahwa akan diadakan pelatihan pembuatan minuman berbahan kopi yaitu kopi sindei. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan keterampilan pada ibu-ibu rumah tangga tentang minuman kekinian berbahan dasar kopi. Dengan adanya keterampilan tersebut, dapat dijadikan bekal usaha yang bisa menjadi pemasukan dari segi ekonomi

METODE PELAKSANAAN

Metode yang dilakukan dalam hal ini adalah dimulai dari survey lapangan, rapat koordinasi dengan tim, pengadaan kegiatan pengabdian.

a. SURVEY LAPANGAN

Pelaksanaan survey lapangan dilakukan dengan melakukan penelusuran dilapangan tentang permasalahan yang dialami mitra di dusun Widengan Kelurahan Gedongombo. Penelusuran dilakukan melalui angket terbuka yang dibagikan kepada masyarakat sekitar dan wawancara terbuka. Dari analisis yang didapatkan kemudian mengarah pada kondisi ekonomi warga dan banyaknya sumber daya manusia teruatom ibu-ibu rumah tangga yang belum dimanfaatkan secara optimal.

b. RAPAT KOORDINASI DENGAN TIM

Rapat koordinasi dilakukan untuk menganalisis hasil yang didapatkan saat melakukan survey melalui angket dan wawancara pada masyarakat Dusun Widengan dilapangan. Selain melakukan analisis, rapat koordinasi dengan tim juga dilakukan untuk mencari solusi dari hasil analisis. Solusi yang didapatkan dengan bantuan sumber-sumber referensi, fungsinya adalah untuk menjadi dasar dari apasaja yang dilakukan. Pada rapat koordinasi tim ini didapatkan hasil untuk melakukan pelatihan minuman kekinian untuk membantu ekonomi warga. Minuman kekinian dipilih karena mengikuti tren di zaman modern seperti sekarang. Jenis yang dipilih adalah minuman berbahan dasar kopi. Minuman kopi sekarang ini menjadi tren dan gaya hidup baru masyarakat.

c. PELAKSANAAN PENGABDIAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah dibahas pada rapat koordinasi dengan tim. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan pada warga dusun Widengan Rt 03. Pemilihan Rt 03 dilakukan karena banyak sumber daya manusia yang belum optimal terutama para ibu-ibu.

Alur pelaksanaan pengabdian sebagai berikut:

- a. dilakukan sosialisasi tentang pemanfaatan kopi
- b. dilakukan pelatihan dalam pembuatan minuman kopi kekinian “Kopi Sindei”

HASIL YANG DICAPAI

Pengabdian kepada masyarakat tentang minuman kekinian berbahan dasar kopi diikuti oleh 20 peserta ibu-ibu rumah tangga. Jumlah tersebut dikarenakan masa pandemic covid-19. Kegiatan diawali dengan survey lapangan kepada masyarakat dusun widengan melalui penggunaan angket terbuka. Pemilihan angket terbuka dengan berbagai pertimbangan diantaranya: dengan menggunakan pertanyaan yang bersikap terbuka, akan diperoleh tanggapan lebih banyak dari opsi tanggapan yang diajukan sehingga dalam membuat pertanyaan di angket dihindari untuk meyarankan tanggapan kepada peserta. Kedua, dengan menggunakan pertanyaan terbuka, memungkinkan peserta untuk memberikan tanggapan rinci berbagai kemungkinan tanggapan [15], [16]. Data dari angket yang

disebar kepada masyarakat kemudian dianalisis oleh tim pengabdian masyarakat.

Selain menggunakan angket terbuka, kami dalam pelaksanaan dialpangan juga menggunakan wawancara terbuka. Pertanyaan terbuka pada wawancara memiliki fungsi untuk mengeksplorasi topik secara mendalam, untuk memahami proses, dan untuk mengidentifikasi penyebab potensi yang diamati [17]. Wawancara terbuka dilakukan untuk memperkuat hasil dari analisis terbuka. Wawancara dilaksanakan pada sampel secara acak pada warga dusun Widengan.

Dalam rapat koordinasi dengan anggota tim dihasilkan bahwa pengabdian akan dilakukan di Dusun Widengan Rt 03 sebanyak 20 orang. Jumlah 20 dikarenakan masih dalam masa pandemic sehingga menghindari kerumunan.

Pada pelaksanaan pengabdian dilakukan pada hari pertama dilakukan penyiapan bahan dan alat untuk pelatihan pembuatan minuman kekinian minuman “kopi sindei”.

Alat dan bahan yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat diantaranya:

Bahan

1. Susu



Gambar 1. Susu yang digunakan di Sindei

2. Kopi
3. Air Panas (digunakan untuk melarutkan kopi halus)
4. Gula cair

Alat yang digunakan dalam pembuatan “Kopi Sindei”

1. Gelas Ukur



Gambar 3 Gelas ukur

2. Takaran gula



Gambar 4 Takaran Gula

3. Gelas
4. Mixer Pembuih kopi

Hasil pelatihan pembuatan minuman kekinian menghasilkan kopi sindei sebagai berikut:



Gambar 6 kopi sindei



Gambar 7 KoPi Sindei Coklat

Diakhir acara dilakukan wawancara terbuka kepada para peserta yang menunjukkan antusiasnya. Antusiasme peserta juga terlihat selama pelaksanaan pengabdian yaitu dengan banyaknya peserta yang bereksperimen dengan bahan yang disediakan oleh Tim.

KESIMPULAN

Acara pengabdian pada masyarakat ini dapat menambah pengetahuan pada peserta yang merupakan ibu-ibu rumah tangga untuk lebih kreatif dalam mengolah biji kopi. Diharapkan mampu menjadi inspirasi bagi ibu-ibu untuk dijadikan peluang usaha dibidang kopi misalnya coffe shop.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Supriadi and D. Pranowo, "Prospek pengembangan agroforestri berbasis kopi di Indonesia," *Perspektif*, vol. 14, no. 2, pp. 135–150, 2015.
- [2] A. Ayelign and K. Sabally, "Determination of chlorogenic acids (CGA) in coffee beans using HPLC," *Am. J. Res. Commun.*, vol. 1, no. 2, pp. 78–91, 2013.
- [3] V. Aknesia, A. Daryanto, and K. Kirbrandoko, "Business development strategy for specialty coffee," *Indones. J. Bus. Entrep.*, vol. 1, no. 1, p. 12, 2015.
- [4] L. T. Berampu, S. Sirojuzilam, and B. K. Sembiring, "The Relationship of Consumer Preference, Value Creation, and Global Supply Chain in the Third Wave Coffee Business in Sumatera Utara, Indonesia," *Int. J. Supply Chain Manag.*, vol. 8, no. 6, pp. 731–736, 2019.
- [5] S. Prasad, S. Kumar, K. R. Sheetal, and V. Venkatramanan, "Global climate change and biofuels policy: Indian perspectives," in *Global climate change and environmental policy*, Springer, 2020, pp. 207–226.
- [6] A. Sofia, C. H. Pangaribuan, and M. F. Sitinjak, "Factors of Coffee Shop Revisit Intention and Word-of-Mouth Mediated By Customer Satisfaction," *J. Manag. Bus.*, vol. 19, no. 1, 2020.
- [7] J. N. Hernandez-Aguilera *et al.*, "Quality as a driver of sustainable agricultural value chains: the case of the relationship coffee model," *Bus. Strateg. Environ.*, vol. 27, no. 2, pp. 179–198, 2018.
- [8] T. Walz and R. S. Hattox, "Coffee and Coffeehouses. The Origins of a Social

- Beverage in the Medieval near East,” *J. Am. Orient. Soc.*, vol. 107, no. 4, 1987.
- [9] R. S. Hattox, *Coffee and coffeehouses: The origins of a social beverage in the medieval Near East*. University of Washington Press, 2014.
- [10] W. S. Lee, J. Moon, and M. Song, “Attributes of the coffee shop business related to customer satisfaction,” *J. Foodserv. Bus. Res.*, vol. 21, no. 6, pp. 628–641, 2018.
- [11] K. Ryu and H. Han, “New or repeat customers: How does physical environment influence their restaurant experience?,” *Int. J. Hosp. Manag.*, vol. 30, no. 3, pp. 599–611, 2011.
- [12] R. Darussalam, “Attributes of Coffee Shop as Antecedent of Customer Satisfaction,” *J. Bus. Behav. Entrep.*, vol. 4, no. 2, pp. 106–124, 2020.
- [13] E. Thorsen, “Food waste reduction in the retail sector: a feasibility study in social entrepreneurship.” 2015.
- [14] D.-G. Han, “Study on the influence of service quality on customer satisfaction and customer loyalty of the domestic coffee chains,” *J. Foodserv. Manag. Soc. Korea*, vol. 18, no. 1, pp. 189–209, 2015.
- [15] S. C. Desai and S. Reimers, “Comparing the use of open and closed questions for Web-based measures of the continued-influence effect,” *Behav. Res. Methods*, vol. 51, no. 3, pp. 1426–1440, 2019.
- [16] Y. Ozuru, S. Briner, C. A. Kurby, and D. S. McNamara, “Comparing comprehension measured by multiple-choice and open-ended questions,” *Can. J. Exp. Psychol. Can. Psychol. expérimentale*, vol. 67, no. 3, p. 215, 2013.
- [17] S. C. Weller *et al.*, “Open-ended interview questions and saturation,” *PLoS One*, vol. 13, no. 6, p. e0198606, 2018.