

PENINGKATAN SKILL DAN JIWA KEWIRAUSAHAAN MELALUI PELATIHAN EDUKASI KOPI

Achdian Anggreny Bangsawan¹, Nurina Saffanah², Rahayu Alkam³

^{1,2,3} Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia

Email korespondensi: achdian.anggreny@umi.ac.id

Riwayat Artikel:

Diterima:

24 Januari 2024

Direvisi:

28 Januari 2024

Disetujui:

31 Januari 2024

Kata kunci:

Edukasi kopi; kewirausahaan;
Pelatihan

Keywords:

Coffee education;
entrepreneurship; training

Cara mensitasi:

Bangsawan, A, A., Saffanah. N., Alkam. R. (2024). Peningkatan Skill dan Jiwa Kewirausahaan Melalui Pelatihan Edukasi Kopi. *Rudence: Rural Development for Economic Resilience*, 3(1), 15-20. DOI: <https://doi.org/10.53698/rudence.v3i1.65>



ABSTRAK

Berangkat dari tingginya ketertarikan masyarakat, khususnya anak muda, membuat usaha warung kopi atau *coffee shop* semakin diminati sebagai pilihan bisnis. Namun, yang menjadi salah satu kendala adalah kurangnya pengetahuan terkait kopi. Tujuan kegiatan ini dilakukan untuk memberi pengetahuan kepada peserta terkait kopi. Mulai dari memahami jenis-jenis kopi dan bagaimana cara meracik kopi yang pas. Selain itu memberikan pelatihan bagaimana cara mengoperasikan mesin kopi dan peralatan lainnya. Bentuk kegiatan yang dilakukan meliputi pemberian materi terkait edukasi kopi dan memberikan pelatihan bagaimana cara meracik kopi serta mengoperasikan mesin kopi dan peralatan lainnya. Adapun hasil yang dicapai dari kegiatan ini adalah bertambahnya pengetahuan peserta terkait kopi, jenis-jenis kopi, cara meracik kopi serta bertambahnya keterampilan peserta dalam mengoperasikan mesin kopi. Hal ini bisa menambah pengetahuan dan keterampilan peserta yang memiliki niat membuat usaha *coffee shop*.

ABSTRACT

Based on the high interest of the public, especially young people, coffee shops or coffee shops are becoming increasingly popular as a business option. However, one of the obstacles is a lack of knowledge regarding coffee. The aim of this activity is to provide knowledge to participants regarding coffee. Starting from understanding the types of coffee and how to mix the right coffee. Apart of that, it provides training on how operate coffee machines and other equipment. The activities carried out include providing material related to coffee education and training on how to mix coffee and operate a coffee machine. The results achieved from this activity were an increase in participants' knowledge regarding coffee, types of coffee, how to mix coffee and an increase in participants' skills in operating a coffee machine. This can increase the knowledge and skills of participants who have the intention of starting a coffee shop business.

PENDAHULUAN

Tren minum kopi di Indonesia sudah menjadi gaya hidup. Hal ini ditandai dengan menjamurnya usaha warung kopi/*coffee shop* di kota-kota besar seperti Kota Makassar. Banyaknya *coffee shop* yang bermunculan baik di lorong-lorong kecil, di jalan raya, di tempat tersembunyi maupun strategis, bahkan hingga ke pusat-pusat perbelanjaan. *Coffee shop* sebagian besar berfungsi sebagai pusat interaksi sosial (*meeting point*) yang menyediakan tempat berkumpul, bercengkrama, bersosialisasi, berdiskusi, dan bahkan menjadikan salah satu alternatif tempat bekerja baik secara individu ataupun kelompok kecil anggota sosial tersebut (Firdaus, 2020).

Saat ini keberadaan warung kopi atau *coffee shop* bukan lagi sebagai pemuas dahaga ataupun lapar. Bagi sebagian masyarakat, warung kopi merupakan sarana untuk membangun kehidupan sosialnya. Warung kopi juga menjadi sebuah sarana meneguhkan identitas dan kebanggaan. Bagi para penggemar bola misalnya, komunitas club bola tidak jarang berkumpul di warung kopi hanya sekedar membahas agenda acara, nonton bareng pertandingan, dan banyak rutinitas lainnya (Said, 2017). Tak jarang pula orang-orang lebih memilih *meeting* dengan relasi bisnis di warung kopi dengan alasan tempat yang tidak terlalu formal ataupun mengiginkan suasana baru dan cukup *representative* sehingga suasana keakraban akan lebih terasa jika dibandingkan dengan harus melaksanakan *meeting* dikantor. Hadirnya warung kopi ataupun *coffee shop* menjawab kebutuhan akan sebuah ruangan yang dapat digunakan sebagai tempat bertemu, memperbincangkan berbagai hal dalam suasana yang santai.

Bisnis warung kopi/*coffee shop* ini memiliki pangsa pasar yang sangat luas. Semua kalangan dari kelas bawah hingga atas, anak muda hingga dewasa dapat dipastikan menyukai kopi. Inilah yang menjadi salah satu alasan banyak masyarakat membuat usaha warung kopi baik perorangan ataupun kelompok. Hanya bermodalkan menu sederhana, harga yang terjangkau serta tempat yang nyaman, membuat para pengusaha kopi meraup keuntungan atau omzet harian yang besar. Sebagai contoh kopi kenangan, perusahaan *start up and beverage* ini mencatat penjualan sebanyak 50-60 juta *cup* pada tahun 2022. Jika diasumsikan rata-rata harga satu *cup* Rp20.000, maka total penjualan yang didapat mencapai Rp1,2 triliun. Namun, tak mungkin hasil penjualan kopi kenangan tak melebihi estimasi tersebut sebab harga menu kopi dan non kopinya memiliki rentang harga mulai dari Rp17.000 sampai dengan Rp35.000 per *cup* untuk ukuran kecil. Ditambah lagi masih ada biaya tambahan *upsized* jika konsumen ingin membeli dalam *cup* ukuran besar atau ingin menambah topping dan lain-lain. Selain itu, kopi kenangan juga menjual *snack* dan botol yang dijual di tiap outlet. Maka tak heran jika omzet kopi kenangan bisa tembus di atas Rp1 triliun per tahunnya (Nadya, 2023).

Tak heran fenomena bisnis *coffee shop* merajalela beberapa tahun terakhir khususnya di Kota Makassar. Selain minum kopi menjadi gaya hidup orang Indonesia, target pasar kopi yang luas, tidak memerlukan menu yang *complicated*, serta tempat yang tidak harus mewah cukup memiliki tempat yang membuat pengunjung nyaman dan fasilitas yang lengkap. Inilah beberapa alasan mengapa bisnis *coffee shop* sangat menjanjikan terutama bagi anak-anak muda yang memiliki keinginan membuat usaha. Namun, yang menjadi salah satu kendala adalah kurangnya pengetahuan tentang kopi serta bagaimana cara meracik kopi yang benar-benar memiliki cita rasa dan berdaya jual itu masih minim. Padahal untuk menciptakan kopi yang nikmat dibutuhkan pengetahuan terkait kopi itu sendiri. Saat ini, diferensiasi produk sangat dibutuhkan oleh tiap-tiap usaha *coffee shop* agar terlihat berbeda dari para pesaingnya dan membuat konsumennya tetap memilih *café* tersebut sebagai tempat favoritnya (Irawan, 2022). Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka kami tertarik melaksanakan bentuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam hal ini kepada para calon pengusaha dan mahasiswa dengan tema "Peningkatan *Skill* dan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Pelatihan Edukasi Kopi."

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini merupakan kegiatan PKM mandiri yang dilaksanakan oleh para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia. Peserta kegiatan ini merupakan para calon pengusaha dan mahasiswa Universitas Muslim Indonesia yang memiliki ketertarikan membuat usaha *coffee shop* sebanyak 15 orang. Kegiatan ini berlangsung pada tanggal 10 November 2023, dilaksanakan di Noltiga *Coffee* Jl Anggrek Raya No. 32, Makassar. Metode kegiatan ini terbagi atas tiga tahap, yaitu: *survey*, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi. Tahap pertama, kegiatan ini dimulai dari Tim PKM melakukan *survey* kepada mitra untuk mengetahui kebutuhan dan permasalahan mitra, menentukan jumlah peserta yang memiliki ketertarikan mengikuti kegiatan ini, serta menentukan tempat dan waktu pelaksanaan PKM.

Tahap kedua, pelaksanaan kegiatan. Tahap ini terbagi atas dua sesi yaitu pemberian materi terkait edukasi kopi, serta pelatihan meracik dan mengoperasikan mesin kopi. Sesi pertama, tim akan memberikan materi terkait edukasi kopi. Materi yang diberikan mulai dari mempelajari jenis-jenis kopi beserta asalnya, belajar mencium dan membedakan aroma kopi, belajar merasakan kopi, belajar teknik pengemasan agar lebih menarik, sampai memberikan panduan cara mengestimasi modal awal yang dibutuhkan untuk membuat usaha ini. Sesi kedua, memberikan *training* atau pelatihan cara meracik kopi menjadi secangkir kopi dengan *taste* yang seimbang. Melalui kegiatan ini, secara tidak langsung peserta juga mempelajari cara mengoperasikan mesin kopi dan peralatan lainnya. Mengingat bahwa kopi ini diolah dari biji kopi sampai dengan menjadi secangkir kopi menggunakan bantuan mesin.

Tahap ketiga, evaluasi kegiatan. Peserta pelatihan akan diminta untuk mengisi kuesioner sebagai *feedback* dan bahan evaluasi yang bertujuan mengetahui seberapa besar manfaat yang dirasakan peserta setelah mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

HASIL KEGIATAN

Tahap Survey

Pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan melakukan *survey* untuk mengetahui kondisi yang menjadi permasalahan mitra. Dari hasil *survey* diketahui bahwa tingginya minat dan ketertarikan anak muda untuk membuat dan menjalankan usaha warung kopi. Namun, yang menjadi salah satu yang menjadi kendala mereka adalah minimnya pengetahuan mereka mengenai cara meracik kopi yang enak dan pas di lidah pelanggan, kurangnya pemahaman cara mengoperasikan mesin kopi dan peralatan lainnya, serta kurangnya pengetahuan seberapa jumlah modal yang dibutuhkan ketika ingin menjalankan usaha tersebut. Berdasarkan hal tersebut, maka pengabdian tertarik memberikan pelatihan edukasi kopi yang dilaksanakan pada tanggal 10 November 2023 di Noltiga *Coffee* Makassar.

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan kegiatan ini terbagi atas 2 sesi. Sesi pertama memberikan materi terkait edukasi kopi dan sesi kedua memberikan pelatihan cara meracik kopi dan mengoperasikan mesin kopi. Sesi pertama dari kegiatan ini diawali dengan memberikan materi terkait edukasi kopi yang dipaparkan oleh *owner* dari Noltiga *Coffee*. Materi yang diberikan mulai dari mempelajari jenis-jenis kopi beserta asalnya dan mengenali perbedaan antara kopi *robusta*, *arabica*, *liberica*, dan *excelsa*. Setelah itu belajar mencium dan membedakan aroma kopi, serta belajar merasakan kopi. Hasil yang diharapkan dapat dicapai setelah kegiatan ini yaitu bertambahnya pengetahuan peserta terkait kopi, sebab seorang pengusaha kopi harus memahami mana kopi yang bagus dan tidak bagus. Seorang pengusaha kopi juga harus mengetahui jenis kopi yang pas dan cocok digunakan untuk menghasilkan kopi dengan kepekatan, keasaman, dan aroma yang pas. Tanpa pengetahuan dasar terkait kopi, maka pengusaha kopi tidak akan mampu menciptakan resep ataupun minuman baru dan unik dengan berbahan dasar kopi. Hal tersebut dikarenakan pada

dasarnya untuk menciptakan kopi yang pas itu tergantung pada tiga hal, yakni biji kopi yang digunakan, mesin pembuatan kopi, serta keahlian sang pembuat kopi atau *barista*.

Materi selanjutnya adalah teknik pengemasan produk serta seberapa besar *budget* yang dibutuhkan ketika ingin menjalankan usaha warung kopi. Materi ini dipaparkan oleh Tim Dosen PKM dari Universitas Muslim Indonesia. Melalui penyuluhan ini, diharapkan dapat menambah pengetahuan kepada peserta terkait kemasan seperti apa yang cocok dan menarik untuk usahanya kelak, namun pas di kantong pelanggan. Selain rasa dan target pasar, kemasan juga bisa mempengaruhi harga jual suatu produk. Semakin bagus kemasan, maka harga jual pun akan semakin tinggi. Selain itu, diharapkan adanya penambahan pengetahuan peserta terkait cara mengestimasi berapa modal awal yang dibutuhkan ketika ingin menjalankan bisnis tersebut. Pada Gambar 1 berikut menggambarkan suasana pada saat pemberian materi kepada peserta.



Gambar 1. Pemaparan Materi Edukasi Kopi

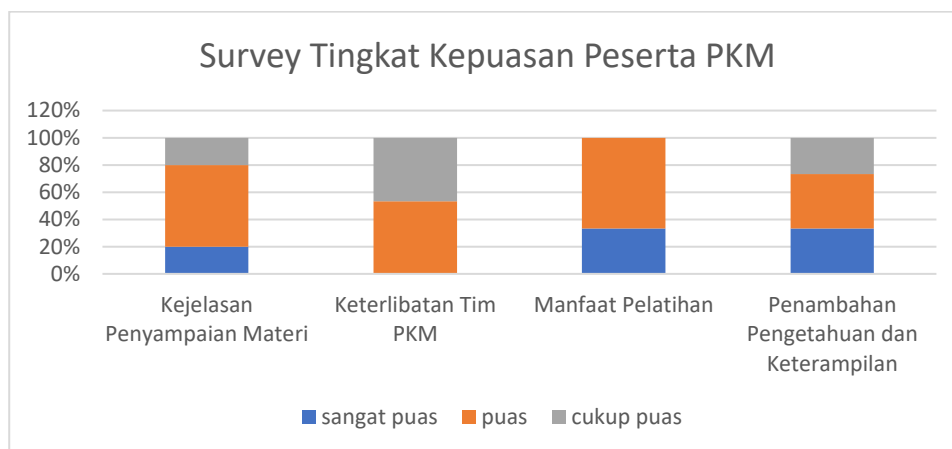
Sesi kedua dari tahap pelaksanaan ini yaitu memberikan *training* atau pelatihan untuk menambah *skill*/ kemampuan peserta tentang cara meracik kopi dengan menggunakan bantuan mesin kopi. Mulai dari cara mengolah biji kopi menjadi bubuk dengan cara digiling dengan menggunakan *grinder*. Selanjutnya bubuk kopi tersebut dimasukkan ke dalam *porta* untuk dipadatkan menggunakan *tamper* dengan tekanan tertentu agar menghasilkan ekstraksi yang merata. Kemudian bubuk kopi yang telah dipadatkan akan diolah menggunakan mesin kopi dengan yang suhu yang tepat agar menghasilkan sari-sari kopi dengan tingkat kekentalan yang diinginkan yang disebut dengan espresso. Dari keseluruhan rangkaian kegiatan ini diharapkan bisa menambah pengetahuan dan keterampilan peserta mengenai cara meracik kopi dengan bantuan mesin kopi, cara mengoperasikan mesin kopi serta peralatan lainnya, dan menjadi lebih mengerti fungsi masing-masing dari peralatan tersebut. Pada Gambar 2 berikut digambarkan suasana pada saat pelatihan menggunakan bantuan mesin kopi.



Gambar 2. Pelatihan Meracik Kopi dan Mengoperasikan Mesin Kopi

Tahap Evaluasi

Pada akhir sesi kegiatan, Tim PKM membagikan kuesioner sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana tingkat pemahaman, manfaat, serta kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kuesioner dibagikan dalam bentuk *google form* dengan 4 item pertanyaan, terdiri dari: kejelasan penyampaian materi, keterlibatan tim PKM, manfaat pelatihan, dan penambahan pengetahuan/keterampilan. Skor dimulai dari nilai minimum 1 untuk tidak puas dan maksimum 5 untuk sangat puas. Kuesioner dibagikan kepada seluruh peserta yang berjumlah 15 orang. Grafik hasil kuesioner dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Survey Tingkat Kepuasan Peserta PKM

Hasil *survey* yang telah dilakukan terkait dengan kejelasan penyampaian materi, diketahui bahwa sebanyak 20% peserta merasa sangat puas, sebanyak 60% peserta merasa puas, dan sebanyak 20% peserta merasa cukup puas. Terkait dengan keterlibatan tim PKM sebanyak 53,4% peserta merasa puas dan sebanyak 46,6% peserta merasa cukup puas. Terkait dengan manfaat pelatihan yang dirasakan peserta setelah mengikuti pelatihan ini, sebanyak 66,7% peserta merasa puas dan sebanyak 33,3% peserta merasa sangat puas. Terkait dengan pertanyaan apakah setelah mengikuti kegiatan ini mampu menambah pengetahuan dan keterampilan peserta, sebanyak 33,4% peserta menjawab merasa sangat puas, sebanyak 40% peserta merasa puas, dan sebanyak 26,6% peserta merasa cukup puas.

Berdasarkan hasil survey kepuasan peserta dapat disimpulkan bahwa rata-rata peserta memperoleh tambahan pengetahuan terkait edukasi kopi, teknik pengemasan, dan *budget business plan*. Peserta juga memperoleh tambahan keterampilan cara menggunakan mesin kopi dan cara membuat kopi yang nikmat. Hal ini bisa dilihat dari hasil *survey* terkait kejelasan penyampaian materi, manfaat pelatihan, dan penambahan pengetahuan dan keterampilan. Rata-rata responden menjawab puas dan sangat puas yang berarti materi yang disampaikan sebelumnya sudah sangat jelas, memberikan manfaat bagi peserta, serta bertambahnya pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti kegiatan PKM ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi melalui kuesioner dapat disimpulkan bahwa para peserta merasa puas setelah mengikuti kegiatan ini serta memiliki tambahan pengetahuan dan keterampilan cara meracik kopi dan olahan kopi lainnya, serta cara mengoperasikan mesin kopi dan peralatan lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada para peserta pelatihan yang tertarik dan telah bersedia meluangkan waktunya untuk menghadiri kegiatan ini. Juga kepada tim PKM yang sudah bekerja dengan baik, kompak dan profesional sehingga kegiatan ini dapat berlangsung dengan semestinya. Serta tak lupa ucapan terima kasih ditujukan kepada Noltiga *Coffee* yang sudah bersedia menyediakan tempat serta fasilitas selama kegiatan ini berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Firdaus, M. F. (2020). *Warung Kopi dan Citybranding Kota Makassar (Studi Kasus Menjamurnya Warung Kopi di Kota Makassar)*. (Tugas Akhir (S1)-Thesis). Universitas Bakrie: Makassar.
- Irawan, P. A. (2022). *Diferensiasi Usaha Kopi dan Hubungannya dengan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Café Kopiology Makassar)*. (Skripsi). Universitas Hasanuddin: Makassar.
- Said, I. (2017). Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern. *Jurnal Al-Khitabah*, 3(3), 33-47.
- Nadya, K. (2023, September 01). Omzet Kopi Kenangan 2021 Capai Ratusan Miliar, Penjualan 2022 Bisa Tembus Trilyunan? *IDX Channel*. Tersedia di: <https://www.idxchannel.com/news/omzet-kopi-kenangan-2021-capai-ratusan-miliar-penjualan-2022-bisa-tembus-triliunan>