

TaCoffee (Minumam Kopi Peningkat Mood Kaya Antioksidan)

Alif Tri Budi¹, Ade Erma², Bestari

Yunita³ Farmasi, Fakultas Kesehatan,
Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

Email: aliftribudi27@gmail.com

Abstrak

Minuman kopi sudah menjadi rutinitas bagi masyarakat dari kelas bawah sampai atas. Persaingan dalam bisnis Coffee Shop semakin ketat, sehingga perlu dilakukan inovasi. Artikel ini bertujuan untuk berkontribusi dalam membentuk Indonesia sebagai arah tujuan kopi di dunia dan mengomersilkan produk TaCoffee yang diharapkan memiliki nilai jual tinggi, dengan melakukan inovasi yaitu menambahkan buah yang kaya akan antioksidan pada secangkir minuman kopi. Tahapan pengembangan produk dilakukan melalui pemunculan ide, penyaringan ide, pengembangan konsep produk, pengujian pasar atau produk, analisa bisnis dan komersialisasi. Pemasaran produk TaCoffee berfokus pada daerah Makroman dimana kedai tersebut berdiri dan juga melalui media sosial seperti Instagram. Hasil dari pengembangan produk minuman kopi menunjukkan adanya daya tarik terhadap inovasi minuman kopi ini dimana sebagian besar pengunjung di kedai memiliki persepsi yang baik terhadap TaCoffe yaitu minuman kopi peningkat mood yang kaya akan antioksidan.

Kata kunci : kopi, antioksidan dan kafein

Abstract

Coffee drinks have become a routine for people from the lower class to the upper class. Competition in the Coffe Shop business is getting tougher, so innovation is needed. This article aims to contribute to shaping Indonesia as a coffee destination in the world and to commercialize TaCoffee products which are expected to have a high selling value, by innovating by adding fruit rich in antioxidants to a cup of coffee drink. The product development stages are carried out through idea generation, idea screening, product concept development, market or product testing, business analysis and commercialization. Marketing of TaCoffee products focuses on the Makroman area where the shop is located and also through social media such as Instagram. The results of the development of coffee drink products show that there is an attraction to this coffee drink innovation where most of the visitors at the shop have a good perception of TaCoffe, which is a mood-enhancing coffee drink that is rich in antioxidants.

Keywords : coffe, antioxidants and caffeine

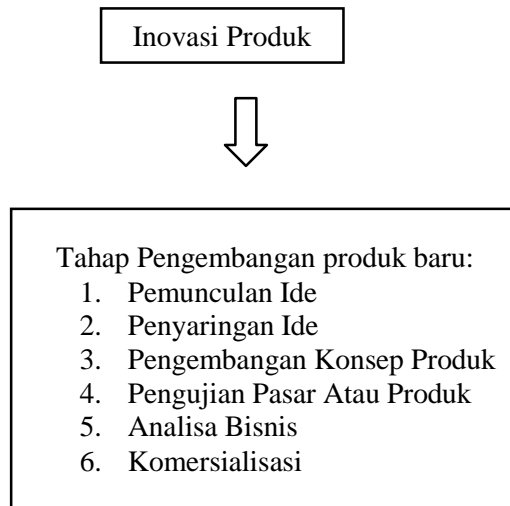
PENDAHULUAN

Coffee Shop saat ini menjadikan lahan bisnis yang menjanjikan keuntungan bagi para pengusaha. Coffee Shop sudah tesebar diseluruh kota besar maupun kecil di Indonesia. Minuman kopi sudah menjadi rutinitas bagi masyarakat dari kelas bawah sampai atas. Saat ini persaingan dalam bisnis Coffee Shop semakin ketat, oleh karena itu pengusaha sebaiknya mengambil langkah untuk melakukan berbagai inovasi sehingga dapat menarik konsumen. Dengan melakukan perubahan dan menciptakan ide-ide yang baru dan kreatif diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. TaCoffee ini mengandung bahan utamanya kopi, strawberry dan lemon, dimana bahan- bahan seperti strawbery dan lemon kaya antioksidan Sumarlan, et al. (2018) dan Krisnawan, et al. (2017). Dengan TaCoffee diharapkan dapat membuat konsumen lebih tertarik dari berbagai kalangan masyarakat.

Penelitian mengenai inovasi produk olahan kopi sudah banyak dilakukan, tetapi banyak kedai kopi yang hanya menghilangkan cita rasa dari kopi tersebut. Oleh karena itu kami membuat perubahan dari minuman kopi sehingga dapat memuaskan konsumen yaitu TaCoffee yang berada di kedai Takaran Coffee. Keunggulan produk kami sendiri yaitu menyuguhkan kopi yang berkualitas dan fresh. Kami memiliki berbagai macam varian kopi yang dimana salah satunya yaitu TaCoffee dimana varian ini selain mengandung kafein, varian ini juga mengandung vitamin c dan antioksidan yang tinggi sehingga dapat memperkuat daya tahan tubuh dimasa pandemi ini

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kerangka konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Kerangka ini menjelaskan tentang inovasi produk yang melalui beberapa tahapan yang meliputi pengumpulan ide, penyaringan ide, pengembangan konsep produk, pengujian pasar atau produk, analisa bisnis dan komersialisasi.

METODE PENELITIAN

a. Tahap Persiapan Produksi

Bahan baku utama yaitu kopi yang diperoleh dari salah satu pabrik kopi ternama di Indonesia. Sedangkan alat dan bahan baku lain seperti french press, kertas saring V60, gelas, blender, strawberry dan lemon. strawberry dibeli salah satu supermarket dan lemon dipasok dari perkebunan masyarakat setempat.

b. Tahap Produksi

1. Pembuatan Kopi : 20 gram coffee arabica dan 200 gram air panas dimasukkan ke dalam french press kemudian diamkan selama 2 - 4 menit lalu saring ampas coffee dengan kertas saringan V60.
2. Pure strawberry (saos strawberry) : 500 gram strawberry dan 100 gram gula dimasukan ke dalam blender dan saring ½ lemon diambil airnya kemudian masukkan ke dalam blender. Blender semua bahan.
3. Pembuatan TaCoffee : 15 ml sirup, ½ lemon diambil airnya, 35 ml saos strawberry, 120 ml coffee dan es batu. Semua bahan di masukkan kedalam gelas shake kemudian shake selama 2- 4 menit.

c. Tahap Pemasaran

Pemasaran difokuskan di daerah Makroman, terletak di jalan poros yang diapit oleh beberapa desa. Namun, pemasaran online melalui media sosial seperti Instagram juga dilakukan. Target pemasaran pada minuman kopi ini yaitu anak-anak muda baik laki-laki atau perempuan dari kelas bawah sampai kelas atas. Kriteria yang disebutkan termasuk

kedalam faktor demografik yang perlu dipertimbangkan dalam melakukan pemasaran.

Tahap pengembangan produk baru dibagi menjadi enam bagian, yaitu:

1. Penciptaan atau pemunculan ide yaitu proses pengembangan produk dimulai dari pencarian ide atau penciptaan ide dari berbagai sumber. Di Takaran Coffee sudah berdiri 1 tahun dan banyak masukan dari berbagai konsumen, sehingga pemunculan ide terbentuk untuk membuat inovasi minuman kopi.
2. Penyaringan ide yaitu tahap penyaringan ide ini ditujukan untuk mengeliminasi produk-produk yang baru. Dalam tahap ini kami memikirkan bagaimana cara pembuatan kopi, berapa lama proses pembuatan minuman dan alat apa saja yang dipakai untuk inovasi minuman kopi tersebut.
3. Pengembangan produk yaitu ide baru yang bermunculan harus diubah dalam bentuk produk seperti pembuatan minuman TaCoffee.
4. Pengujian pasar atau produk yaitu tahap yang bertujuan untuk memberikan penilaian pada produk yang baru terhadap peluang suksesnya produk tersebut. Dalam tahap ini mengidentifikasi apakah produk sesuai dengan keinginan konsumen atau tidak dengan cara memperkenalkannya terlebih dahulu kepada konsumen. Seperti merekomendasikan produk tersebut kemudian meminta kritik dan sarannya dari minuman kopi tersebut.
5. Analisis bisnis yaitu mendapatkan gambaran sekomprensif mungkin tentang dampak keuangan yang bisa diperoleh jika memperkenalkan/memasarkan produk tersebut. Seperti melakukan pengamatan harga pasar dari produk.
6. Komersialisasi yaitu tahap yang menyangkut perencanaan dan pelaksanaan strategi peluncuran produk baru. Pada tahap ini dilakukan langsung di Takaran Coffee dan untuk pemasarannya menggunakan media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Sejarah dan Perkembangan Usaha

Kafe Takaran Coffee adalah kafe yang bergerak dibidang spesialis kopi. Kafe ini berdiri pada tanggal 11 Agustus 2020. Mulanya kafe ini dibuat karena pemilik hobi minuman kopi, kemudian melihat di daerah tempat tinggal belum ada yang mendirikan kafe kopi. Dalam perkembangan kafe pemilik mempelajari cara-cara bagaimana menyeduh kopi yang baik. Di Takaran Coffee selain minuman kopi ada berbagai minuman dari teh, susu dan lainnya. Selain minuman ada produk-produk makanan ringan seperti kentang goreng, pentol telur, dan lainnya. Di Takaran Coffee konsumen juga dapat melihat langsung bagaimana cara penyeduhan kopinya dan konsumen juga bisa menyeduh minuman kopi miliknya jika ingin menyeduh sendiri. Takaran Coffee juga menyediakan live musik dihari tertentu seperti Selasa malam atau Rabu malam.

b. Analisa Data

Tahap Inovasi Produk :

1. Pemunculan Ide

Pada tahap awal pemunculan ide dari proses inovasi produk ini, pemilik usaha melihat pasar kopi di daerahnya, apakah sudah ada atau belum yang mengembangkan produk inovasi minuman TaCoffee tersebut.

2. Penyaringan Ide

Dalam hal penyaringan ide dari inovasi setelah munculnya ide, pemilik yang paling menguasai tentang kopi sehingga memikirkan cara pembuatan kopi yang baik untuk inovasi produk, berapa lama penyeduhannya dan menggunakan alat-alat yang ideal untuk inovasi produk kopi tersebut. Berikutnya minuman TaCoffee ini memiliki inovasi yang berbeda dari kopi biasanya. TaCoffee ini perpaduan antara kopi, strawberry dan lemon, sehingga rasa minuman tersebut memiliki khas yang tersendiri

- dan dibuat dengan penyeduhan yang tepat.
3. Pengembangan Konsep Produk
Pengembangan konsepnya sendiri dilakukan oleh pemilik, karena paling mengerti tentang kopi. Dalam pengembangan produk minuman kopi ini yang dikembangkan yaitu TaCoffee. TaCoffee, pertama-tama dibuat dengan menimbang kopi arabika kemudian diseduh air panas dan dimasukkan dalam french press dan disaring. Setelah itu membuat pure strawberry yang dimana ditimbang 500 gram strawberry dan 100 gram gula kemudian masukan dalam blender dan air perasan lemon, kemudian blender semua bahan. Selanjutnya pembuatan TaCoffee ini yaitu diambil 15 ml sirup gula, ½ lemon diambil airnya saja, 35 ml pure strawberry, 120 ml kopi dan es batu. Semua bahan dimasukkan dalam gelas shake dan di shake selama 2-4 menit.
 4. Pengujian Pasar atau Produk
Pada tahap pengujian ini dilakukan survey kepada konsumen dengan menanyakan bagaimana minuman kopi tersebut. Survey dilakukan sehari pada Rabu malam tanggal 22, dan mendapatkan banyak respon yang positif.
 5. Analisa Bisnis
Analisa bisnis ini melakukan survey harga kopi dari bahan yang digunakan dan harga pasaran kopi, karena jika terlalu mahal konsumen akan berkurang. Konsumen juga akan ditanya apakah merasa puas atau tidak, karena sangat berpengaruh kelangsungan inovasi minuman tersebut.
 6. Komersialisasi
Komersialisasi ini menggunakan media sosial untuk mempublikasikan produk inovasi tersebut. Karena pada jaman sekarang masyarakat ramai menggunakan media sosial sehingga menjadi sebuah keuntungan tersendiri. Kemudian saat dilakukan survey, kami menanyakan perihal minuman kopi tersebut terutama yang tidak habis atau tersisa untuk memberi kritik dan sarannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Takaran Coffee khususnya varian TaCoffee ini kaya antioksidan. Produk TaCoffee dipasarkan offline melalui kedai Takaran Coffee adapun online dengan media sosial seperti Instagram. Target pemasaran TaCoffee ini yaitu anak muda/orang tua baik laki-laki maupun perempuan dari kelas bawah sampai atas. TaCoffee memiliki rasa yang ciri khas, tidak hanya diseduh saja melainkan melewati beberapa tahap dalam proses pembuatan produk tersebut. Saran dalam survey konsumen merasakan kurangnya rasa dari kopi tersebut.

REFERENSI

- Krisnawan, A. H., Budiono, R., Sari, D. R., dan Salim, W, 2017, Potensi Antioksidan Ekstrak Kulit dan Perasan Daging Buah Lemon (*Citrus Lemon*) Lokal dan Impor, *Prosiding Seminar Nasional 2017 Fakultas Pertanian UMJ*, 30 – 34.
- Sumarlan, S. H., Susilo, B., Mustofa, A., dan Mu'nim, M, 2018, Ekstraksi Senyawa Antioksidan Dari Buah Strawberry (*Fragaria X Ananassa*) dengan Menggunakan Metode Microwave Assisted Extraction (Kajian Waktu Ekstraksi dan Rasio Bahan dengan Pelarut), *Jurnal Keteknikan Pertanian Tropis dan Biosistem*, Vol.6 No.1. 40-51.