



INDUSTRI KREATIF KAFE KOPI

INDUSTRI KREATIF KAFFE KOPI

Analisis Pemangku Kepentingan & Prospek

Penulis

Djoko Poernomo, Latifatul Izzah, Singgih Tri Sulistiyono, Yety Rochwulaningsih, Tri Handayani, Yoslinda Dwi Handini, Sri Wahjuni, Purwowibowo, Hari Karyadi, Dina Suryawati, Ika Sisbintari, Zarah Puspitaningtyas, Sutrisno, Suhartono, Abul Haris Suryo Negoro, Rebeca Prananta, Pramesi Lokaprasidha, Abdul Kholiq Azhari

Djoko Poernomo, dkk


Anggota APPTI No. 036/KTA/APPT/2015

Anggota IKAPI No. 127/JTI/2011

Jember University Press
Jl. Kalimantan 37 Jember 68121
Telp. 0331-330224, psw. 0319
E-mail: upt-penerbitan@unej.ac.id



**INDUSTRI KREATIF KAFE KOPI: ANALISIS
PEMANGKU KEPENTINGAN & PROSPEK**

The logo of Universitas Jember is a shield-shaped emblem. It features a central floral motif in shades of green and red. The word "UNIVERSITAS" is written in a semi-circle at the top, and "JEMBER" is written in a semi-circle at the bottom, both in a light blue-grey color. The background of the shield is yellow.

Djoko Poernomo; Latifatul Izzah ; Singgih Tri Sulistiyono ; Yety Rochwulaningsih ; Tri Handayani ; Yoslinda Dwi Handini ; Sri Wahjuni ; Purwowibowo ; Hari Karyadi ; Dina Suryawati ; Ika Sisbintari ; Zarah Puspitaningtyas ; Sutrisno ; Suhartono ; Abul Haris Suryo Negoro ; Rebeca Prananta ; Pramesi Lokaprasidha;
Abdul Kholiq Azhari

UPT PERCETAKAN & PENERBITAN

UNIVERSITAS JEMBER

2019

INDUSTRI KREATIF KAFE KOPI: ANALISIS PEMANGKU KEPENTINGAN & PROSPEK

Penulis:

Djoko Poernomo; Latifatul Izzah ; Singgih Tri Sulistiyono ; Yety Rochwulaningsih ; Tri Handayani ; Yoslinda Dwi Handini ; Sri Wahjuni ; Purwowibowo ; Hari Karyadi ; Dina Suryawati ; Ika Sisbintari ; Zarah Puspitaningtyas ; Sutrisno ; Suhartono ; Abul Haris Suryo Negoro ; Rebeca Prananta ; Pramesi Lokaprasidha; Abdul Kholiq Azhari

Desain Sampul dan Tata Letak

Dwimahendrawan
Risky Fahriza
Fatkhur Rokhim
M. Hosim

ISBN:

Penerbit:

UPT Percetakan & Penerbitan Universitas Jember

Redaksi:

UNEJ PRESS
Jl. Kalimantan 37
Jember 68121
Telp. 0331-330224, Voip. 00319
e-mail: upt-penerbitan@unej.ac.id

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang. Dilarang memperbanyak tanpa ijin tertulis dari penerbit, sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apapun, baik cetak, *photoprint*, maupun *microfilm*.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobalamin. Puji syukur kehadiran Allah Aza Wajalla, Tuhan Yang Maha Esa, Maha Pengasih dan Maha Penyayang, atas limpahan rahmat, hidayah dan inayahNya kepada penulis sehingga buku ini dapat diselesaikan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Penulis memberi judul buku ini “Industri Kreatif Kafe Kopi: Analisis Pemangku Kepentingan & Prospek”. Buku ini merupakan ringkasan hasil penelitian oleh para penulis yang diolah sedemikian rupa agar memenuhi persyaratan sebagai buku. Pada kesempatan yang baik ini, penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Ir. Achmad Subagio, M.Agr., Ph.D, Ketua Lembaga Penelitian Pengabdian pada Masyarakat (LP2M) Universitas Jember yang memberi dukungan penuh berupa materi maupun non-materi kepada penulis ketika melakukan penelitian ataupun penerbitan buku ini.
2. Informan penelitian dan pihak-pihak lainnya yang tidak mungkin penulis sebut satu persatu karena terlalu banyak.

Semoga dukungan berupa finansial, perhatian, pelayanan, dan kerjasama yang baik, dari bapak ibu dan saudara-saudara mendapat pahala dari Allah Aza Wajalla. Penulis sangat berharap, semoga buku ini memberi kontribusi nyata pada perkembangan ilmu pengetahuan khususnya Kebijakan Bisnis dan secara praktis menginspirasi serta bermanfaat bagi pengembangan usaha ekonomi kreatif kafe kopi dimanapun mereka berada. Ada pepatah 'tak ada gading yang tak retak', penulis pun menyadari bahwa buku ini masih banyak memiliki kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran atau masukan dari para pembaca demi perbaikan buku ini untuk penerbitan berikutnya.

Jember, Desember 2019

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
LAMPIRAN	ix
BAB 1 SEJARAH KOPI INDONESIA	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Proses Historis Awal Budidaya Kopi	2
1.3 Kopi Sebagai Sandaran Hidup	15
1.4 Kopi Arabika Sebagai Inspirasi	18
1.5 Kesimpulan	21
REFERENSI	22
BAB 2 PETA KOPI INDONESIA DALAM PERSPEKTIF PEMASARAN DAN PERDAGANGAN KOPI.....	25
2.1 Latar Belakang	25
2.2 Pemasaran Kopi Indonesia	26
2.3 Kopi Indonesia Dalam Perdagangan Internasional	28
2.4 Ketentuan Ekspor Kopi Indonesia	40
2.5 Masalah Pemasaran Kopi Indonesia	41
DAFTAR PUSTAKA	42
BAB 3 PROGRAM KOPI RAKYAT: STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI PERDESAAN BONDOWOSO.....	43
3.1 Latar Belakang	43
3.2 Branding Bondowoso Sebagai Republik Kopi	45
3.3 Perkembangan Kebun Kopi Rakyat Kabupaten Bondowoso...	49
3.4 Kopi dan Kesejahteraan Masyarakat Bondowoso.....	57
Daftar Pustaka	62
BAB 4 MODEL PENGUATAN DAN PENGEMBANGAN USAHA EKONOMI KREATIF KAFE KOPI.....	67
4.1 Pendahuluan	67
4.1.1 Latar Belakang	67
4.1.2 Rumusan Masalah Penelitian	71
4.1.3 Tujuan Penelitian	71
4.1.4 Manfaat Penelitian	72
4.2 Tinjauan Pustaka	72

4.2.1 Kafe sebagai entitas Ekonomi Kreatif/Industri Kreatif	72
4.2.2 Kafe sebagai Entitas Organisasi.....	82
4.2.3 Pemangku Kepentingan	84
4.3 Metode Penelitian	88
4.3.1 Jenis Penelitian	88
4.3.2 Teknik Penggalan Data Penelitian.....	89
4.3.3 Analisis Data.....	89
4.3.4 Informan Penelitian.....	90
4.3.5 Lokasi Penelitian.....	90
4.3.6 Waktu Penelitian.....	90
4.3.7 Teknik Penarikan Kesimpulan.....	91
4.4 Hasil Penelitian	91
4.4.1 Kopi Ekspresi Mutu & Sejuta Rasa	91
4.4.2 Kafe Kopi: Anak Kandung Ekonomi Kreatif	101
4.4.3 Struktur Kafe Kopi.....	103
4.4.4 Pemangku Kepentingan Kafe Kopi	105
4.4.5 Kiprah Pemangku Kepentingan	109
4.4.6 Model Jaringan, Penguatan, Pengembangan Kafe Kopi.....	120
4.5 Kesimpulan dan Saran	124
4.5.1 Kesimpulan	124
4.5.2 Saran	125
Daftar Pustaka.....	127

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Perkembangan Produksi Kopi dalam Pikul 1859-1863	9
Tabel 2. 1	Ekspor dan Impor Kopi, 2000 – 2017.....	32
Tabel 2. 2	Volume dan Nilai Ekspor Kopi menurut Negara Tujuan, 2017	33
Tabel 2. 3	Perkembangan Harga Rata-Rata Komoditas Kopi di Pasar Dunia Tahun 1985 - 2015	35
Tabel 2. 4	Luas Tanaman Menghasilkan dan Produksi Kopi Robusta Menurut Provinsi dan Status Pengusahaan Tahun 2017**)..	37
Tabel 2. 5	Luas Tanaman Menghasilkan dan Produksi Kopi Arabica Menurut Provinsi dan Status Pengusahaan Tahun 2017 **)	39
Tabel 3. 1	Perkembangan Luas Lahan Perkebunan Kopi Rakyat di Bondowoso	50
Tabel 3. 2	Perkembangan Produk Kopi di Wilayah Besuki 2011-2017	51
Tabel 3. 3	Jumlah Tenaga Kerja di PTPN Kopi Belawan.....	59
Tabel 3. 4	Jumlah Tenaga Kerja di PTPN Kopi Kalisat Jampit Bondowoso	59
Tabel 4. 1	Kafe Kopi Terdaftar di Kabupaten Bondowoso.....	69
Tabel 4. 2	Perbedaan Kreativitas dengan Repetisi	73
Tabel 4. 3	Inter-relasi Ekonomi Kreatif, Ekonomi Pengetahuan, Ekonomi Inovasi	76
Tabel 4. 4	Syarat mutu khusus kopi robusta pengolahan kering.....	92
Tabel 4. 5	Syarat mutu khusus kopi robusta pengolahan basah.....	92
Tabel 4. 6	Syarat mutu khusus kopi arabika pengolahan basah.....	92
Tabel 4. 7	Syarat mutu khusus kopi peaberry dan polyembrio.....	92
Tabel 4. 8	Kopi Arabika Spesialti	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Suasana panen raya kopi di Priangan pada masa sistem Cultuurstelsel	8
Gambar 1. 2	Pelanggan Kopi Arabika Produk PTPN XII	17
Gambar 1. 3	John Saryan Sukardjo (bersongkok) tokoh kopi Arabika Bondowoso (Dokumen Peneliti), 2019.....	19
Gambar 2. 1	Rantai Pasok Kopi di Indonesia.....	27
Gambar 2. 2	Volume Ekspor Kopi menurut Deskripsi HS, 2017	29
Gambar 2. 3	Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Kopi,.....	29
Gambar 2. 4	Volume Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan, 2017.....	30
Gambar 2. 5	Perkembangan Volume dan Nilai Impor Kopi, 2010-2017	31
Gambar 3. 1	Kebun Blawan Ijen Bondowoso	44
Gambar 3. 2	Bondowoso Republik Kopi.....	46
Gambar 3. 3	Kebun Kopi Tumpang Sari atau Agroforestry ‘Tanaman Kopi di Bawah Pohon’	47
Gambar 3. 4	PTPN-Renteng dan Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia.....	52
Gambar 3. 5	Promosi Produk Kopi Bondowoso ke Amerika Latin	55
Gambar 3. 6	Beberapa Varian Kopi Bondowoso	57
Gambar 3. 7	Panen Kopi di Perkebunan Kopi Rakyat	58
Gambar 3. 8	Pekerja Wanita di Kebun Kopi	60
Gambar 4. 1	Roadmap Penelitian KeRis KePIK, 2018-2022.....	71
Gambar 4. 2	Model Manajemen Kreatif.....	74
Gambar 4. 3	Inter-relasi Ekonomi Kreatif, Ekonomi Pengetahuan, dan Ekonomi Inovasi.....	75
Gambar 4. 4	Multi-efek Ekonomi Kreatif	77
Gambar 4. 5	Lingkup Industri Kreatif	79
Gambar 4. 6	Lapisan Industri	81
Gambar 4. 7	Multi-efek Industri Kreatif	81
Gambar 4. 8	Peta Pemangku Kepentingan pada Organisasi Bisnis.....	86
Gambar 4. 9	Hubungan Organisasi, Manajemen, Kepemimpinan, dan Hubungan Antar Manusia.....	87
Gambar 4. 10	Analisis Taksonomi (diadaptasi dari Creswell, 2009).....	90

Gambar 4. 11	Jenis Kopi	93
Gambar 4. 12	Sejuta Rasa Kopi.....	97
Gambar 4. 13	10 Alasan minum kopi.....	98
Gambar 4. 14	Struktur Kafe Kopi.....	103
Gambar 4. 15	Pemangku kepentingan internal Kafe Kopi	105
Gambar 4. 16	Pemangku Kepentingan Kafe kopi berbasis pada pembentuk kekuatan Industri.....	106
Gambar 4. 17	Pemangku Kepentingan Sektor Input Kafe Kopi.....	107
Gambar 4. 18	Pemangku kepentingan Sektor Output Kafe Kopi.....	108
Gambar 4. 19	Jaringan Bisnis Kafe Kopi sisi Input dan Transformasi.	121
Gambar 4. 20	Jaringan Bisnis Kafe Kopi sisi Keluaran	122
Gambar 4. 21	Model Penguatan dan Pengembangan Jaringan Bisnis Kafe Kopi.....	123



LAMPIRAN

1. Tim peneliti dengan informan kafe kopi JOJO
2. Tim peneliti dengan informan kafe kopi NINE
3. Tim peneliti dengan informan Dinas Pariwisata dan Dinas Perindustrian Kab. Bondowoso
4. Tim peneliti dengan informan ketua Asosiasi Kopi Bondowoso
5. Gambar Peralatan & Memproses *Cup of Coffee*
6. Biodata Singkat Penulis



pengelolaan yang semakin professional menyebabkan persaingan menjadi makin ketat di industri kreatif kafe kopi. Namun hal itu adalah sebuah keniscayaan. Jadi, pemilik dan atau manajemen usaha kreatif kafe kopi harus menyadari efek dari adanya persaingan yakni eksis atau justru tersingkir dari pasar atau industri. Oleh sebab itu, tidak ada jalan lain kecuali manajemen kafe kopi perlu secara menerus menemukan dan mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif jika tidak ingin kafanya hilang di persaingan industry kreatif kopi.

4.5 Kesimpulan dan Saran

4.5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa informan penelitian khususnya informan kafe kopi telah memiliki jaringan bisnis pada sisi input, proses transformasi, dan keluaran dengan para pemangku kepentingan. Jaringan bisnis kafe kopi sisi input adalah kerjasama dengan para pemangku kepentingan yang disebut sebagai pemasok. Para pemasok tersebut ialah pemasok kopi, pemasok teknologi atau peralatan, pemasok modal kerja, dan pemasok kualitas sumber daya manusia dari sisi pengetahuan, keahlian, keterampilan, dan nilai-nilai kewirausahaan. Jaringan bisnis kafe kopi dari sisi transformasi ialah kerjasama dengan para pemangku kepentingan yang disebut transformator. Transformator tersebut ialah institusi pendidikan, dinas-dinas pemerintah, atau lembaga swadaya masyarakat yang peduli terhadap peningkatan atau pengembangan kualitas sumber daya manusia kafe kopi, asosiasi kafe kopi, asosiasi barista, dll. Jaringan bisnis kafe kopi dari sisi keluaran ialah kerjasama dengan para pemangku kepentingan yang disebut sebagai para penikmat kopi. Para penikmat kopi tersebut sifatnya bisa institusional maupun non-institusional melalui produk (*cup of coffee*) yang memiliki nilai-nilai kompetitif yakni yang bernilai/berharga, unik/khas, tidak mudah ditiru, tidak mudah diganti.

Para pemangku kepentingan yang terdapat pada jaringan bisnis kafe kopi serta kerjasama yang telah dibangun selama ini perlu dipelihara terus, diperkuat oleh manajemen kafe kopi, dengan prinsip saling memberi manfaat atau keuntungan. Model pengembangan bisnis kafe kopi dapat dilakukan jika kafe kopi tersebut mampu memperluas para pemangku kepentingan melalui jaringan bisnisnya mulai sektor input, transformasi, dan keluaran dengan para aktor (institusi atau bukan) yang baru selain harus melakukan pemasaran yang intensif dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi serta cara-cara tradisional lainnya. Prospek kafe kopi di masa depan sangat menggembirakan asalkan di kelola secara

professional termasuk mengelola para pemangku kepentingan sektor input, transformasi dan output meskipun persaingan yang terjadi di industri kafe kopi sangat kompetitif.

4.5.2 Saran

Manajemen kafe kopi perlu terus menghadirkan terobosan-terobosan yang kreatif dan inovatif dalam mempertahankan para pemangku kepentingan yang sudah ada dan mendapatkan pemangku kepentingan yang baru. Oleh sebab itu, menambah pengetahuan, keahlian, pengalaman, dan keterampilan kepada pegawai kafe kopi (barista, kasir, pramusaji) perlu terus dilakukan secara periodik agar kafe kopi tetap eksis, mampu bersaing, dan bisnis kafe kopi berkembang menjadi besar.





Daftar Pustaka

- Anonim, **Pengembangan Industri Kreatif Indonesia 2025**, Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008.
- Argandona, A. 2011, *Stakeholders Theory and Value Creation*, IESE Business School-University of Navarra, Spain.
- Astuty, E. Rahayu, A. Disman. Wibowo, LA. 2018, Breakthrough in Indonesian Creative Industry through Soft Innovation, *International Journal of Entrepreneurship* Volume 22, Issue 2.
- Barney, JB. Clark, DN. 2007, *Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*, Oxford University Press.
- Biveiniene, O. 2015, *Creative Industries*, SMK University of Applied Social Sciences, Klaipeda.
- Creswell, JW. 2009, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, Terjemahan, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Denzin, NK. & Lincoln, YS. 1997, *Handbook of Qualitative Research*, Sage Publication Pvt. Ltd. New Delhi, India.
- Dubina, IN. Carayannis, EG. Campbell, DFJ. 2012, Creativity Economy and a Crisis of the Economy? Coevolution of Knowledge, Innovation, and Creativity, and of the Knowledge Economy and Knowledge Society, *J Knowl Econ*, 3:1–24, DOI 10.1007/s13132-011-0042-y
- Esse, B. Szántó, R. Wimmer, Á. 2012, Business relationships and relationships with stakeholders – Perception of Hungarian executives, *The IMP Journal*, Volume 6. Issue 2.
- Freeman, RE. 1984, *Strategic Management – A Stakeholders Approach*, Pitman Publishing Inc, Marshfield, Massachusetts, USA.
- Friedman, AL & Miles, S. 2006, *Stakeholders: Theory and Practice*, Oxford University Press.
- Griffin, RW. & Ebert, RJ. 2004, *Business*, Pearson Prentice-Hall. Inc, terjemahan, Penerbit PT Indeks, Jakarta.
- Harrison, J. Freeman, RE. Cavalcanti, SAM. 2015, Stakeholder Theory As an Ethical Approach to Effective Management: applying the theory to multiple contexts, *REVIEW Of BUSINESS MANAGEMENT*, ISSN 1806-4892, Vol. 17, No. 55, pp. 858-869.
- Howkins, J. 2007. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.

- Hunger, JD. & Wheelen, TI. 1996, *Strategic Management*, terjemahan, Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Kloudova, J. & Chwaszcz, O. 2014, The Analysis of The Creative Industry Linked in Connection with The Economic Development, *E+M Ekonomie a Management*; 17, 1; ABI/INFORM Collection.
- Laksono, RS. 2019, **Journey of Joe: Catatan Perjalanan Kopi Nusantara Menjadi Warisan Dunia**, Penerbit AgroMedia Pustaka, Jakarta.
- Lepawsky, A. 1960, *Administration: The Art and Science of Organization and Management*, Alfred A. Knoff, New York.
- Levickaite, R. 2012, Interlinks of Cultural and Creative Economies through Creative Products and Services, *MOKSLAS – LIETUVOS ATEITIS SCIENCE – FUTURE OF LITHUANIA*, ISSN 2029-2341 print / ISSN 2029-2252 online 4(3): 256–261 doi:10.3846/mla.2012.40.
- Lukianenko, D. Burmaka, M. Halakhova, T. 2016, Identification of Creative Investment in Global Economy, *IEP*, № 25, pp. 7—19, ISSN 1811-9832/2016/№ 2 (25).
- Mintzberg, H. 1983, *Structuring in Fives: Designing Effective Organizations*, prenticeHall International, Inc, New Jersey.
- Neuman, WL. 2011, *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Methods*, Pearson Education, Inc, publishing as Allyn & Bacon (Imprint of Pearson) 75 Arlington Street, Suite 300, Boston, MA 02116.
- Oates, G. 2013, Exploring the Links between Stakeholder Type, and Strategic Response to Stakeholder and Institutional Demands in the Public Sector Context, *International Journal of Business and Management*; Vol. 8, No. 21; ISSN 1833-3850, E-ISSN 1833-8119.
- Parmar, BL. Freeman, RE. Harrison, J. Wicks, AC. de Colle, S. Purnell. L. 2010, Stakeholder Theory: The State of The Art, *The Academy of Management Annals*, DOI: 10.1080/19416520.2010.495581.
- Poernomo, D. Karyadi, H. Ashari, AK. Suhartono, Negoro, AHS. Puspitaningtyas, Z. Wahyuni, S. Sutrisno. Suryawati, D. Handini, YD. Sisbintari, I. Prananta, R. Lokaprasidha, P. 2019, Financial Performance of Coffee Cafes in the Perspective of Entrepreneurial Orientation, Knowledge, and Task Environment, *International Journal of Economics, Business and Management Research*, ISSN: 2456-7760, www.ijebmr.com.
- Porter, ME. 1980, *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta.

- Robbins, SP. 1990, *Organization Theory: Structure, Design and Applications*, by PrenticeHall, Inc. Englewood Cliffs, New York, Terjemahan.
- Septian A. Utama P. Persada S. Titiyoga GW. Maulana R. Hadi MS. Anam K. Rikang R. Musaharun I. Savitri AA. Mahbub A. & Supriyanto A. 2018. **Kopi: Aroma, Rasa, Cerita**, Tempo, Jakarta,
- Stankeviciene, J. Levickaite, R. Braskute, M. Noreikaite, E. 2011, *Creative Ecologies: Developing and Managing New Concepts of Creative Economy*, BUSINESS, MANAGEMENT AND EDUCATION, Copyright © Vilniaus Gediminas Technical University (VGTU) Press Technika www.bme.vgtu.lt ISSN 2029-7491 print / ISSN 2029-6169 online 9(2): 277–294, <http://dx.doi.org/10.3846/bme.2011.19>.
- Steurer, R. 2006, *Mapping Stakeholder Theory Anew: From the Stakeholder Theory of the Firm to Three Perspectives on Business Society Relations*, Institute of Forest, Environmental, and Natural Resource Policy, Vienna, Discussion Paper 1.
- Sudarto, T. 2018, **Manajemen Warung Kopi**, Penerbit Pustaka Yayasan Rustida, Jember.
- Susanto, AB., 2017, *A Handbook for Coffee Lovers*, PenerbitThe Jakarta Consulting Group.

Lampiran

Lampiran 1. Tim peneliti dengan informan kafe kopi JOJO



Digital Repository Universitas Jember

Lampiran 2. Tim peneliti dengan informan kafe kopi NINE



Lampiran 3. Tim peneliti dengan informan Dinas Pariwisata dan Dinas Perindustrian Kab. Bondowoso



Lampiran 4. tim peneliti dengan informan ketua Asosiasi Kopi Bondowoso



Lampiran 5. Gambar Peralatan & Proses *Cup of Coffee*



Sumber: <https://my-best.id/27075>



Sumber: <https://www.tokopedia.com/angkringa/paket-usaha-kedai-kopi-komplit-kode-04-peralatan-cafe-alat-kopi>



Sumber: <https://ramesia.com/product/coffee-grinder-cog-hs600>



Sumber: <https://www.lazada.co.id/beli-aksesoris-penyaji-kopi/paul-frank--bodum>



Sumber: <https://mocdah.com/coffee-maker-vietnam-drip-alat-pembuat-kopi-khas-orang-vietnam/>



Sumber: <https://belajartani.com/tertarik-bisnis-kopi-inilah-mesin-atau-alat-kopi-yang-perlu-anda-siapkan/>



Sumber: <https://www.coffindo.id/article/alat-kopi/kian-populer-ini-keistimewaan-alat-seduh-hario-v60>



Sumber: http://www.alatmesin.com/Mesin_Penggiling_Kopi_Mesin_Grinder_Kopi_Bubuk.html



Sumber: <http://kopikini.com/siapapun-bisa-seduh-kopi-dengan-tiga-alat-rumahan-ini/>



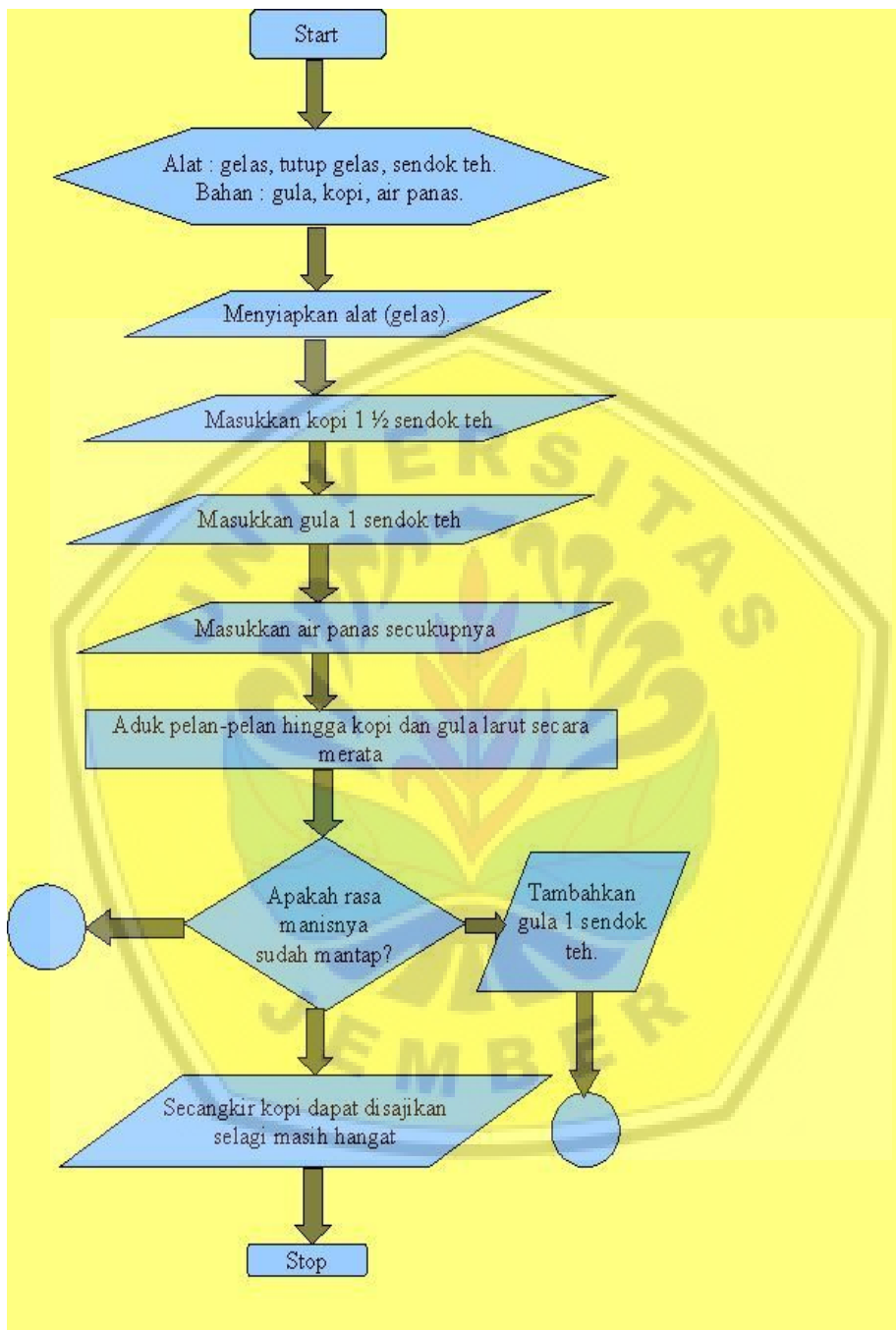
Sumber: <https://astromesin.com/product/mesin-kopi-espresso-ib-72g/>



Sumber: <https://www.lazada.co.id/products/alat-sangrai-kopi-mini-manual-alat-gilingan-kopi-burner-alat-pemanggang-kopi-mini-coffee-roaster-termurah-i665710122-s924604753.html>



Sumber: <http://klinikkopi.com/2014/04/klinik-kopi-akhirnya-punya-alat-roasting-coffee/>



Sumber : <https://aedsan.wordpress.com/2007/09/24/cara-membuat-kopi-dengan-rasa-manis-yang-mantap>

COFFEELAND INDONESIA
MEMBER'S GUIDE TO

THE PERFECT CUP



Giling biji kopi
Kopi giling akan tetap segar selama 15-20 menit



Temperatur air antara 195-205 F
Panaskan air selama 30 menit (kecuali espresso)



Jangan simpan kopi di lemari pendingin
Tekan angin keluar dari kantong. Simpan di tempat kering dan gelap.



Gunakan grinder
Grinder akan membenikan hasil yang konsisten, ini akan menjadikan ekstrak kopi lebih baik dan kopi lebih nikmat.



Ukuran hasil giling
Espresso = halus
Autodripe, pourover = sedang
French press = kasar
Aeropress = bervariasi tergantung resep



Ukuran air
Untuk setiap 8oz air, gunakan 0,5 oz kopi. Samakan rasionya untuk setiap kuantitas.

COFFEELAND

Sumber : <https://coffeeland.co.id/tips-secangkir-kopi-yang-sempurna>.

KANDUNGAN SECANGKIR KOPI

KAFEIN
Zat utama yang ada di kopi dan inilah yang sering membuat kita terjaga setelah minum kopi.

AIR
Air berfungsi melarutkan minyak dan rasa yang ada di dalam biji kopi.

ETHYPHENOL
zat yang memberikan aroma khusus pada kopi.

QUINIC ACID
Zat yang memunculkan rasa asam pada kopi.



Cangkir kopi

ACETYLMETHYL CARBINOL
Zat yang memberikan rasa gurih di dalam biji kopi.

DIMETHYL DISULFIDE
Zat yang membuat tinja manusia berbau seperti bau dari senyawa sulfur.

TRIGONELLINE
Zat inilah yang membuat secangkir kopi menjadi lebih terasa manis.

DICAFFEYOYLQUINIC ACID
Merupakan antioksidan yang sangat berguna untuk menangkal radikal bebas.

Sumber: www.kopipuntang.id

Sumber : www.kopipuntang.id

Lampiran 6.

Biodata Singkat Penulis

Dr. Djoko Poernomo, M. Si

Dosen Program Studi Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Jember

Imel: poernomod19@gmail.com atau djoko-poernomo.fisip@unej.ac.id

Dra. Latifatul Izzah, M. Hum

Dosen Ilmu Sejarah

Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Jember

Imel: latifatul.izzah@yahoo.co.id

Keterangan: sedang menempuh program Doktor

Prof. Dr. Singgih Tri Sulistiyono, M. Hum

Dosen Ilmu Sejarah

Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Diponegoro

Imel: singgihtrisulistiyono@gmail.com

Prof. Dr. Yety Rochwulaningsih, M. Si

Dosen Ilmu Sejarah

Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Diponegoro

Imel: wulan.psa.undip@gmail.com

Dra. Tri Handayani, M. Hum

Dosen Ilmu Sejarah

Fakultas Ilmu Budaya

Universitas Diponegoro

Imel: tri.handayani.undip@gmail.com

Keterangan: sedang menempuh program Doktor

Dra. Sri Wahjuni, M. Si

Dosen Program Diploma 3 Perjalanan Usaha Wisata

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Jember

Imel: wahjuni.fisip@unej.ac.id

Dr. Purwowibowo, M. Si

Dosen Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Imel: poerwowibowo@yahoo.co.id

Yuslinda Dwi Handiri, S.Sos. MAB

Dosen Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Imel: yuslinda.fisip@unej.ac.id
Keterangan: sedang menempuh program Doktor

Prof. Dr. Zarah Puspitaningtyas, S.Sos. SE. M. Si

Dosen Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Imel: zarah@unej.ac.id

Dr. Hari Karyadi, SE. M.SA. Ak

Dosen Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Imel: harikaryadi@gmail.com

Dr. Ika Sisbintari, S.Sos. MAB

Dosen Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Imel: ikasisbintari@unej.ac.id

Dr. Dina Suryawati, S.Sos. MAP

Dosen Program Studi Administrasi Negara
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Imel: dinasuryawati@unej.ac.id

Drs. Suhartono, MP

Dosen Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Imel: suhartono152@yahoo.com

Drs. Sutrisno, M.Si

Dosen Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Imel: sutrisno.fisip@unej.ac.id

Drs. Abdul Kholiq Azhari, M. Si

Dosen Program Studi Administrasi Negara
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Imel: kholiq.fisip@unej.ac.id

Abul Haris Suryo Negoro, SIP. M.Si

Dosen Program Studi Administrasi Negara
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Imel: haris@unej.ac.id

Rebecha Prananta, S.Si. M.Si

Dosen Program Diploma 3 Usaha Perjalanan Wisata
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Imel: rebecha.prananta.fisip@unej.ac.id

Pramesi Lokaprasida, SS. M. Par

Dosen Program Diploma 3 Usaha Perjalanan Wisata
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Imel: pramesi.fisip@unej.ac.id