

## **STUDI DESKRIPTIF MANFAAT PEMBELAJARAN MATA KULIAH ELEKTIF *COFFEE BUSINESS AND MANAGEMENT***

**Sri Widya Wijanarti, Muhammad Setiawan Kusmulyono**  
Universitas Prasetiya Mulya, Jakarta

Corresponding author: sriwidya.wijanarti@pmbs.ac.id

### **ABSTRACT**

The trend of coffee business has increased sharply in the last three years and has become a prospective business opportunity. One response to this trend is making courses on coffee business and management. This qualitative research method aims to evaluate the learning benefits of Coffee Business and Management elective courses in the Prasetiya Mulya University, S1 Business Program, in 2017-2018 academic year. The results of the study revealed that the majority of students who took this course argued that they have interests to know the coffee business and industry in Indonesia. The most interesting material in this course is dominated by practical learning about coffee in the laboratory. The most important result, 90% more students from Coffee Business and Management courses are inspired to run a coffee business.

**Keywords:** coffe business, business opportunity, Coffe Business and Management, learning benefits.

### **SARI PATI**

Tren bisnis kopi meningkat tajam dalam tiga tahun terakhir dan menjadi peluang usaha prospektif. Salah satu respon atas tren ini adalah diselenggarakannya mata kuliah tentang bisnis dan manajemen kopi. Penelitian dengan metode kualitatif ini bertujuan untuk mengevaluasi manfaat pembelajaran mata kuliah elektif Coffee Business and Management di Program S1 Business Universitas Prasetiya Mulya tahun akademik 2017-2018. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa mayoritas mahasiswa yang mengambil mata kuliah ini beralasan ingin mengetahui bisnis dan industri kopi di Indonesia. Materi paling menarik dalam mata kuliah ini didominasi oleh pembelajaran praktik tentang kopi langsung di laboratorium. Hasil terpenting, 90% lebih dari mahasiswa peserta mata kuliah Coffee Business and Management terinspirasi untuk menjalankan bisnis kopi.

**Kata Kunci:** bisnis kopi, peluang bisnis, Bisnis dan Manajemen Kopi, manfaat pembelajaran.

## **PENDAHULUAN**

Tren bisnis kopi meningkat tajam dalam tiga tahun terakhir. Bahkan, tren “ngopi cantik” mendorong pertumbuhan kedai-kedai kopi butik yang menawarkan suasana tempat dan ragam kopi berbeda. Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) melansir tingkat konsumsi kopi masyarakat Indonesia terus meningkat, mulai dari 0,8 kg per kapita pada 2016, 1,2 kg per kapita pada 2017, dan diperkirakan mencapai 1,4 – 1,5 kg per kapita pada tahun 2018. Namun, Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) yang dilaksanakan oleh BPS menunjukkan konsumsi kopi per kapita rumah tangga mengalami penurunan sejak tahun 2013. Hal ini tentu mengindikasikan bahwa ada potensi yang cukup besar dari masyarakat untuk mulai meminum kopi di luar rumah. Indikasi ini menunjukkan peluang yang prospektif untuk pembangunan bisnis kopi ke depannya.

Jumlah bisnis kopi di Indonesia meningkat tajam. Melansir data Financial Times yang dikutip oleh Kumparan (2018) kedai kopi artisan dan rantai perusahaan kopi meningkat hingga lebih dari 1000 kedai di Indonesia. Jika digabungkan dengan kedai-kedai yang tidak

terdaftar, maka jumlahnya dapat mencapai lebih dari 3.000 usaha kopi di Indonesia. Penjual kopi pun kini lebih banyak didominasi anak muda yang ingin tampil gaya dengan membuka usaha di bidang kopi. Hal ini pun semakin didorong kuat sejak rilisnya film *Filosofi Kopi* perdana pada tahun 2015. Tidak lama setelah itu, bisnis kopi semakin menjamur dan mendatangkan banyak rezeki kepada pengelolanya.

Program S1 Business Universitas Prasetiya Mulya melihat situasi ini dan kemudian merespon dengan menyelenggarakan mata kuliah *Coffee Business and Management* sebagai mata kuliah elektif pada tahun akademik 2017-2018. Mata kuliah ini merupakan mata kuliah kontekstual yang ditujukan untuk membekali mahasiswa agar mampu memahami lanskap bisnis kopi mulai dari hulu hingga ke hilir. Harapan dari mata kuliah tersebut adalah agar mahasiswa tidak hanya berpikir tentang toko kopi saja ketika mengembangkan usaha berbasis kopi.

Proses pembelajaran didesain unik dengan mengkombinasikan ruangan kelas dan laboratorium dapur. Dosen pengampu pun terdiri dua orang yang berasal dari jurusan

manajemen dan jurusan hospitality business. Dosen pengampu turut dibantu oleh seorang alumni pemilik kedai kopi yang berperan menjadi dosen tamu dan bertanggungjawab untuk menyampaikan materi terkait pembelajaran di laboratorium dapur, seperti memahami biji kopi, membuat espresso, melakukan sangrai, mengecap (*cupping*) kopi, dan berbagai praktik pembuatan kopi lainnya.

Penelitian ini ingin mengupas secara sederhana untuk melihat apakah pembelajaran kopi dapat memberi inspirasi dan pemahaman positif bagi mahasiswa. Penelitian ini ingin mengetahui hal-hal yang menarik, bermanfaat, dan dapat memberikan dampak bagi proses pembelajaran mahasiswa untuk siap berwirausaha di dunia nyata, terutama dalam bidang bisnis kopi.

## **TINJAUAN LITERATUR**

### ***Pembelajaran***

Undang-undang Republik Indonesia (UUD RI) No 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi pada pasal 4 mengamanatkan bahwa salah satu fungsi perguruan tinggi adalah mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora. Pasal ini pun

sejalan dengan hal yang juga disampaikan dalam pasal 36 Undang-undang No 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang menyatakan bahwa kurikulum disusun sesuai jenjang pendidikan dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia dengan memperhatikan:

- 1) Peningkatan iman dan takwa
- 2) Peningkatan akhlak mulia
- 3) Peningkatan potensi, kecerdasan, dan minat peserta didik
- 4) Keragaman potensi daerah dan lingkungan
- 5) Tuntutan pembangunan daerah dan nasional
- 6) Tuntutan dunia kerja
- 7) Perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni
- 8) Agama
- 9) Dinamika perkembangan global
- 10) Persatuan nasional dan nilai-nilai kebangsaan.

Kedua konten undang-undang tersebut secara eksplisit menyampaikan bahwa pendidikan tinggi memiliki tanggungjawab untuk mempersiapkan peserta didik agar lebih siap menghadapi dinamika perkembangan global yang semakin cepat. Perguruan tinggi negeri maupun swasta harus mampu mengakomodasi perubahan ini kedalam kurikulum pembelajaran sehingga peserta

didik dapat lebih siap menghadapi realita ketika menyelesaikan pendidikannya.

Presiden Republik Indonesia Joko Widodo pada tanggal 22 Juli 2017 dalam paparannya di Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta (detikcom, 2017) bahkan menegaskan bahwa kurikulum pendidikan harus fleksibel. Kurikulum harus bersifat kekinian dan memungkinkan sekali pembukaan jurusan-jurusan yang spesifik sesuai kebutuhan pasar. Menurut beliau, tiga hal yang harus dimiliki perguruan tinggi untuk mempersiapkan diri menghadapi tantangan masa depan adalah inovasi terus menerus, kreativitas, dan kewirausahaan.

Amanat undang-undang yang ditegaskan secara khusus oleh pimpinan negara menunjukkan bahwa fleksibilitas kurikulum perlu dipertimbangkan dengan tetap memiliki standar pembelajaran yang terstruktur. Peraturan Menteri Pendidikan Nasional nomor 22 tahun 2006 memberi gambaran jelas mengenai prinsip-prinsip yang harus dipegang dalam menyusun kurikulum:

1. Berpusat pada potensi, perkembangan, kebutuhan, dan kepentingan peserta didik dan lingkungannya.
2. Beragam dan terpadu

3. Tanggap terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni
4. Relevan dengan kebutuhan kehidupan
5. Menyeluruh dan berkesinambungan
6. Belajar sepanjang hayat
7. Seimbang antara kepentingan nasional dan kepentingan daerah

Kombinasi aturan yang tercantum dalam undang-undang dan dorongan positif dari sisi lembaga eksekutif menunjukkan bahwa upaya perbaikan sistem pendidikan nasional terutama dalam tingkat pendidikan tinggi semakin nyata. Hal ini sejalan dalam upaya Kementerian Riset dan Dikti untuk memperkuat perguruan tinggi lokal dalam menghadapi rencana dasarnya serbuan perguruan tinggi asing yang membuka institusinya di Indonesia. Menurut Patdono Suwignjo, Direktur Jenderal Kelembagaan Iptek Kemenristekdikti (kemenristekdikti, 2018), perguruan tinggi baik PTS maupun PTN yang tidak mampu menyelenggarakan perubahan mendasar terkait *disruptive innovation in higher education* akan mengalami masalah serius dalam keberlanjutan institusinya.

### **Coffee**

Kopi merupakan salah satu minuman terpopuler di dunia (CNN International, 2018).

Nama kopi sendiri berasal dari nama Keffa, yaitu sebuah provinsi di Etiopia, tempat ditemukannya kopi untuk pertama kali. Walaupun sudah ditemukan sejak abad ke-6, minuman kopi baru populer di sekitar abad ke-13 ketika dikonsumsi oleh masyarakat muslim, dan 200 tahun kemudian mulai diperjualbelikan bebas di kawasan Eropa (Yanagimoto, Ochi, Lee, dan Shibamoto, 2004).

Kopi memiliki kandungan kimia yang beragam, mulai dari asam chlorogenic, kafein, potassium, niacin, magnesium, dan tocopherol, namun hanya kafein yang memiliki efek farmakologis (Riksen, Rongen, dan Smits, 2009). Studi Higdon dan Frei (2006) menunjukkan bahwa kafein di dalam kopi memiliki potensi untuk meningkatkan tekanan darah, homocysteine, plasma renin, catecholamine dan arrhythmia yang kesemuanya merupakan faktor resiko penyebab penyakit jantung koroner.

Namun, walaupun memiliki potensi dampak buruk terhadap kesehatan, minuman kopi kini menjadi tren yang populer di masyarakat Indonesia. Menurut data Euromonitor yang dilansir oleh Tirto (2016), jumlah kedai kopi specialty dan kafe waralaba di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 1.083 kedai. Menurut

data Antara (2018) di Yogyakarta sendiri sudah terdapat 800 kedai pada tahun 2018. Euromonitor sendiri memperkirakan nilai perdagangan kopi di Indonesia akan mencapai Rp 11,9 triliun pada tahun 2020 (Tirto, 2018).

Kantar Worldpanel (2018) merilis informasi bahwa Latte, Capuccino, dan Americano menjadi jenis minuman kopi terfavorit bagi masyarakat di Inggris Raya dengan total konsumsi melebihi 2,4 juta cangkir. Selain itu, Kantar juga menyampaikan bahwa beberapa negara seperti Prancis, Spanyol, Inggris Raya, China, Portugal, Brazil, dan Meksiko banyak sekali membeli dan mengonsumsi kopi diluar rumah. Rata-rata negara tersebut memiliki komposisi 70% lebih mengonsumsi kopi di kedai atau tempat yang menyediakan kopi. Bahkan di China, 95% minuman kopi dikonsumsi diluar rumah (Kantar Worldpanel, 2018).

Data tersebut menunjukkan bahwa perilaku meminum kopi merupakan perilaku sosial dimana aktivitas menikmati kopi berada diluar rumah. Data ini juga menginformasikan bahwa potensi bisnis kopi cukup berprospek dengan perilaku konsumen kopi yang ada. Menurut Jan, Long, dan Stanley (2013), terdapat beberapa aspek yang dapat menggambarkan

perilaku peminum kopi, terutama dalam konteks masyarakat Taiwan yang menjadi subjek penelitiannya. Aspek tersebut antara lain keinginan untuk relaksasi, pentingnya citra dan layanan toko, karakter dari usaha, fesyen, dan kualitas. Jan, Long, dan Stanley (2013) mengategorisasikan peminum kopi menjadi 3 tipe, yaitu tipe fesyen (*fashion type*), tipe datar (*plain type*), dan tipe pelanggan (*consumers type*). Tipe fesyen meminum kopi sebagai bagian dari gaya hidup, tipe datar meminum kopi hanya dengan alasan fungsional untuk meminum kopi, sedangkan tipe pelanggan adalah peminum kopi dengan melihat kopi sebagai sesuatu persembahan atau hadiah.

## **METODOLOGI**

Penelitian studi deskriptif ini menggunakan metode kuantitatif. Proses pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan desain pertanyaan terbuka. Desain pertanyaan terbuka dilakukan untuk memperoleh gambaran awal mengenai pendapat dari seluruh responden. Responden merupakan seluruh mahasiswa yang mengambil mata kuliah elektif Coffee Business and Management di semester 8 Program Studi S1 Manajemen Universitas Prasetiya Mulya. Jumlah responden adalah 26 mahasiswa.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis domain dengan melihat jawaban dari para responden dan kemudian mengkategorisasikannya sesuai dengan domain yang sesuai. Jumlah pertanyaan yang diberikan sebanyak 11 pertanyaan terbuka dengan rincian pertanyaan sebagai berikut:

- 1) Latar belakang mengambil mata kuliah elektif Coffee Business and Management
- 2) Materi paling menarik dalam mata kuliah elektif Coffee Business and Management
- 3) Materi paling bermanfaat dalam mata kuliah elektif Coffee Business and Management
- 4) Materi yang tidak menarik dalam mata kuliah elektif Coffee Business and Management
- 5) Manfaat yang diperoleh setelah belajar dalam mata kuliah elektif Coffee Business and Management
- 6) Manfaat penggunaan praktisi dalam pembelajaran mata kuliah elektif Coffee Business and Management
- 7) Manfaat pembelajaran dosen tamu dalam pembelajaran mata kuliah elektif Coffee Business and Management
- 8) Evaluasi untuk perbaikan dalam pembelajaran mata kuliah elektif Coffee Business and Management ke depannya
- 9) Apakah pembelajaran dalam mata kuliah ini mulai menginspirasi untuk

membangun bisnis berbasis produk kopi

- 10) Apakah akan merekomendasikan mata kuliah elektif Coffee Business and Management kepada rekan yang lain.

Pertanyaan nomor 2 dan 3 memiliki konteks yang serupa. Namun, dalam pertanyaan 3 lebih ditonjolkan kepada hal-hal yang memberi dampak positif terhadap pengetahuan dan keterampilan mahasiswa, sedangkan pada pertanyaan nomor 2 lebih diarahkan pada pengalaman saat proses pembelajaran yang dilakukan.

Pertanyaan nomor 6 dan 7 pun memiliki konteks yang tidak terlalu berbeda. Namun, secara desain pembelajaran, definisi praktisi adalah pemilik usaha kopi yang turut membantu proses pembelajaran dari mulai penyusunan kurikulum, penyampaian materi dan evaluasi pembelajaran. Pada sisi lain, dosen tamu merupakan individu yang hanya diundang pada satu sesi saja untuk bercerita mengenai pengalamannya dalam dunia kopi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Mata kuliah elektif Coffee Business and Management dijalankan pertama kali pada semester 8 tahun akademik 2017/2018 dengan bobot 3 satuan kredit. Mata kuliah ini

ditawarkan kepada seluruh mahasiswa di bawah Program Studi S1 Manajemen Universitas Prasetiya Mulya, walaupun secara kedudukan mata kuliah berada di bawah kendali konsentrasi Bisnis Program Studi S1 Manajemen. Pengajar yang menjadi pemateri adalah Muhammad Setiawan Kusmulyono, MM dan Sri Widya Wijanarti, MM, sedangkan praktisi industri kopi merupakan alumni Program Studi S1 Manajemen Universitas Prasetiya Mulya dan juga pemilik Thirdwave Coffee dan Kedai Kombi, Harindra Damarsatya, SE.

Tabel 1 Jumlah Mahasiswa Peserta MK Elektif Coffee Business and Management

Konsentrasi	Jumlah Mahasiswa	Persentase
S1 Business	14	53,9%
S1 Branding	5	19,2%
S1 Finance & Banking	7	26,9%
Jumlah	26	100%

Tujuan pembelajaran mata kuliah elektif Coffee Business and Management sesuai dengan silabus yang disampaikan adalah:

- 1) Memahami spektrum proposisi nilai dalam industri kopi
- 2) Memahami proses penyajian kopi mulai dari hulu hingga hilir

Secara eksplisit, pengajar menyampaikan kepada mahasiswa bahwa salah satu maksud penyelenggaraan mata kuliah elektif ini adalah untuk memberikan wawasan baru kepada mahasiswa bahwa terdapat jenis bisnis lain dalam industri kopi selain kedai kopi. Hal ini menjadi salah satu makna penting yang disampaikan kepada mahasiswa mengingat mahasiswa cukup banyak yang terkesima dengan tren “ngopi cantik” dan kemudian memutuskan turun membangun kedai kopi yang sebenarnya pasarnya cukup kompetitif.

Materi penyampaian pembelajaran pun dibuat semenarik mungkin dengan berbagai macam variasi model mulai dari tatap muka di kelas, diskusi dalam kelas, kuliah tamu, praktik bersama praktisi di laboratorium dapur, kunjungan ke kedai kopi, dan presentasi kasus kopi. Pada awalnya terdapat rencana pembelajaran dengan mengunjungi kebun kopi. Namun, dikarenakan kendala teknis dan cuaca, aktivitas kunjungan kebun kopi ditiadakan.

Evaluasi pembelajaran dalam mata kuliah elektif Coffee Business and Management menarik dan bervariasi.

1. Partisipasi kelas berbobot 10%

2. Presentasi mingguan berbobot 20%. Presentasi mingguan berisi presentasi dari kelompok mahasiswa mengenai bisnis-bisnis kopi yang ada di industri kopi. Presentasi dilangsungkan di awal kelas sebelum materi pada sesi tersebut disampaikan oleh pengajar.
3. Laporan tugas individu berbobot 20%. Laporan tugas individu adalah laporan mahasiswa mengenai perkembangan dan potensi kopi di Indonesia. Dikumpulkan pada sesi akhir perkuliahan.
4. Ujian tengah semester berbobot 20%. Ujian bersifat tertulis.
5. Ujian akhir semester berbobot 30%. Ujian bersifat presentasi proyek final yang merupakan inisiatif kelompok untuk membuat sebuah bisnis berorientasi kopi dengan asumsi pendanaan maksimal 25 juta rupiah. Presentasi dilaksanakan di kedai kopi milik praktisi untuk memberikan atmosfer nyata terhadap ide bisnis yang dipresentasikan.

Kerangka pembelajaran sendiri disusun dengan rapi untuk dapat mengakomodasi mahasiswa memahami industri kopi dan praktik secara nyata.

Tabel 2 Kerangka pembelajaran

Sesi	Topik
1	Pengantar industri kopi
2	Sejarah industri minuman
3	Memahami kopi dan nutrisi
4	Dosen tamu – mengundang Bapak Tony Wahid pemilik blog Cikopi.
5	Berlatih coffee mixology
6	Memahami desain menu dalam kopi
7	Memahami perhitungan standar biaya produksi
8	Ujian tengah semester
9	Berlatih persiapan dan produksi kopi (espresso, latte, dan lainnya)
10	Berlatih layanan kopi dan kafe
11	Pemahaman tentang sanitasi dan keselamatan produksi
12	Desain fasilitas, tata letak, dan perlengkapan usaha
13	Pemahaman pemasaran kopi dan bisnisnya
14	Pemahaman manajemen keuangan
15	Kunjungan kebun kopi – diganti dengan berlatih menyangrai kopi
16	Ujian akhir semester

## ANALISIS DOMAIN

Tabel 3 Latar belakang pengambilan mata kuliah elektif Coffee Business and Management

No	Argumentasi	Persentase
1	Ingin mengetahui pengelolaan manajemen sebuah bisnis kopi	35%

2	Ingin mengetahui industri dan bisnis kopi	30%
3	Ingin mengambil mata kuliah yang unik	25%
4	Menyukai kopi	5%

Latar belakang pengambilan mata kuliah elektif sangat beragam, dimana keinginan mengetahui pengelolaan bisnis kopi dan industri kopi menjadi beberapa alasan utama. Hal ini dapat terjadi karena sejak awal mahasiswa sudah diinformasikan bahwa perkuliahan akan didampingi oleh praktisi yang memiliki bidang usaha kopi secara nyata. Secara lebih rinci, mahasiswa banyak menyebutkan keinginan untuk mengetahui teknik-teknik pembuatan kopi yang selama ini hanya dilihat saja ketika memesan kopi di kedai kopi. Hal ini menunjukkan bahwa latar belakang alasan mahasiswa sudah cukup relevan dengan harapan program studi untuk menjalankan mata kuliah ini.

Tabel 4 Materi paling menarik dalam mata kuliah elektif Coffee Business and Management

No	Argumentasi	Persentase
1	Praktik pembuatan kopi dan pengenalan teknik di laboratorium	82%
2	Karyawisata ke Coffee Shop	7%

3	Pengantar tentang industri minuman	4%
4	Presentasi tentang berbagai model bisnis kopi oleh kelompok	4%
5	Modal pembuatan bisnis kopi	3%

Pada bagian materi paling menarik dalam pembelajaran mata kuliah ini, praktik pembuatan kopi di laboratorium menjadi materi yang paling disukai oleh mahasiswa. Dalam menjalankan mata kuliah ini, setiap kegiatan praktik selalu dilangsungkan dalam laboratorium dapur yang dimiliki oleh Program Studi Bisnis Pariwisata. Kolaborasi Program Studi Bisnis Pariwisata dan Manajemen memungkinkan utilisasi laboratorium dapur untuk kegiatan-kegiatan kedua program. Secara khusus pun, pengajar pengampu dalam mata kuliah ini juga masing-masing berasal dari Program Studi Manajemen dan program Studi Bisnis Pariwisata.

Salah satu alasan bahwa materi pembelajaran praktik menjadi paling menarik adalah karena mesin dan seluruh peralatan pendukung merupakan peralatan original yang memang dipergunakan di kedai kopi. Praktik espresso, cupping, hingga latte art dilaksanakan langsung oleh masing-masing mahasiswa sehingga mereka mengalami proses untuk

menjadi seorang barista. Hal inilah yang menjadi pembelajaran menarik dan berkesan bagi mahasiswa.

**Tabel 5 Materi paling bermanfaat dalam mata kuliah elektif Coffee Business and Management**

No	Argumentasi	Persentase
1	Mengenali industri dan bisnis kopi di Indonesia	37%
2	Teknik pembuatan kopi	33%
3	Informasi mengenai kandungan dalam minuman kopi	15%
4	Anggaran untuk menjalankan bisnis kopi	15%

Sejalan dengan materi paling menarik, maka materi paling bermanfaat pun didominasi oleh pengalaman dalam teknik pembuatan kopi dan proses mengenali industri dan bisnis kopi di Indonesia. Proses mengenali industri dan bisnis kopi di Indonesia menjadi bermanfaat karena mahasiswa memperoleh informasi yang tidak tersedia dalam buku teks maupun artikel internet, terutama suka duka menjalankan bisnis kopi, hal-hal yang harus dipersiapkan untuk memulai bisnis kopi, hingga perlu atau tidaknya membeli mesin kopi berharga mahal di awal pendirian bisnis kopi ini.

Argumentasi lainnya seperti informasi kandungan kopi dan anggaran menjalankan bisnis kopi pun memiliki manfaat yang positif di mahasiswa. Hal ini dikarenakan mahasiswa dapat mulai memperkirakan hal-hal yang harus disiapkan dan besarnya dana untuk memulai sebuah bisnis di bidang perkopian. Informasi kandungan kopi seperti jenis arabika dan robusta pun menjadi hal yang bermanfaat karena kedua jenis kopi ini turut membedakan jenis pelanggan yang akan datang ke suatu kedai kopi.

**Tabel 6 Materi paling tidak menarik dalam mata kuliah elektif Coffee Business and Management**

No	Argumentasi	Persentase
1	Sanitasi dan higienitas	38%
2	Menu kopi	24%
3	Perhitungan biaya dalam bisnis kopi	14%
4	Kandungan dalam kopi	14%
5	Tata letak kafe	5%
6	Sejarah kopi	5%

Materi paling tidak menarik didominasi oleh sesi tentang sanitasi dan higienitas. Hal ini dapat terjadi dikarenakan penyampaian materi yang mungkin tidak terlalu menarik. Selain itu, isu sanitasi dan higienitas dianggap sebagai sesuatu yang sudah wajib sehingga

tidak perlu menjadi suatu sesi tersendiri. Kemudian, pada bagian menu kopi, hal ini dianggap tidak menarik karena merasa menu kopi sebaiknya diberikan ruang improvisasi yang cukup luas dan tergantung kreativitas dari pemilik kedai kopi.

**Tabel 7 Manfaat yang diperoleh dalam mata kuliah elektif Coffee Business and Management**

No	Argumentasi	Persentase
1	Menambah pengalaman dan pengetahuan dalam berbisnis kopi	58%
2	Mengetahui teknis dalam membuat kopi	42%

Kategori menambah pengalaman dan pengetahuan dalam berbisnis kopi terdiri dari berbagai opini mulai dari memahami bahwa peluang bisnis kopi tidak hanya kedai kopi saja, mengetahui informasi yang cukup untuk terjun ke bisnis kopi, mengetahui bagaimana menjaga kestabilan bisnis kopi, mengetahui produk mana yang akan diunggulkan dan mengetahui apakah harga kopi itu termasuk rasional atau tidak.

Pada sisi pemahaman teknis membuat kopi, mahasiswa mengetahui cara membuat espresso yang ternyata tidak semudah yang

dilihat ketika di kedai kopi. Melalui pembuatan espresso tersebut, mahasiswa juga memahami bahwa banyak sekali rasa yang terkandung dalam setiap tetesan bubuk kopi yang dialiri dengan air panas dengan suhu tertentu. Selain itu, mahasiswa juga memahami cara untuk mengetahui biji kopi yang berkualitas atau tidak.

**Tabel 7 Inspirasi untuk Memulai Bisnis Kopi setelah Belajar dalam mata kuliah elektif Coffee Business and Management**

No	Argumentasi	Persentase
1	Terinspirasi	81%
2	Belum Terinspirasi	15%
3	Tidak Terinspirasi	4%

Mahasiswa yang terinspirasi untuk memulai bisnis mencapai 81% dan yang belum terinspirasi berjumlah 15%. Menurut yang belum terinspirasi, mahasiswa masih membutuhkan dorongan keyakinan untuk memilih kopi sebagai bidang bisnis yang dijalani walau mata kuliah ini telah memberikan manfaat yang positif untuk mengetahui industri kopi. Sedangkan bagi yang memilih tidak terinspirasi, mahasiswa tersebut berorientasi profit dan menganggap bahwa bisnis kopi tidak akan mendatangkan

uang banyak, sehingga dia tidak merasa terinspirasi.

Pada ulasan pertanyaan terakhir mengenai kesediaan mahasiswa untuk merekomendasikan mata kuliah elektif Coffee Business and Management kepada rekan lainnya, 100% mahasiswa memberikan kesediaannya untuk merekomendasikan mata kuliah ini sebagai pilihan di semester akhir. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun dari sisi inspirasi belum 100% memberikan kontribusi positif, namun seluruh mahasiswa merasakan manfaat dan menginginkan rekan mahasiswa lainnya untuk dapat mengalami pengalaman yang serupa.

## KESIMPULAN

Studi deskriptif mengenai manfaat pembelajaran dalam mata kuliah Coffee and Business Management menunjukkan hasil yang baik bahwa mata kuliah ini memberikan dampak positif kepada mahasiswa. Upaya Program Studi S1 Manajemen Konsentrasi Bisnis Universitas Prasetiya Mulya untuk mendesain kurikulum yang dinamis sesuai dinamika pasar menunjukkan hasil yang signifikan. Mata kuliah elektif Coffee Business and Management dapat membuktikan bahwa pendalaman kemampuan dan keterampilan

melalui pembelajaran mata kuliah berbasis kontekstual dapat memperkaya pengalaman dan pengetahuan mahasiswa.

Mata kuliah ini juga memberikan pengalaman berharga melalui kombinasi penyampaian materi yang menitikberatkan pada proses praktik nyata dengan dibantu oleh praktisi di bidang terkait. Ketersediaan laboratorium dapur hasil kerjasama dengan Program Studi Bisnis Pariwisata juga merupakan salah satu masukan berharga untuk pengembangan mata kuliah berbasis kontekstual lainnya. Praktisi yang berasal dari alumni juga menjadi daya

dukung tersendiri karena mampu membawakan materi dengan tetap secara kuat menyisipkan nilai-nilai luhur perguruan tinggi.

Arah penelitian berikutnya diharapkan dapat lebih berorientasi kepada intensi berwirausaha di bidang bisnis kopi dikaitkan dengan faktor-faktor yang dipelajari selama proses perkuliahan. Diharapkan pendekatan penelitian melalui riset kausal dapat memberikan dampak yang lebih positif untuk masukan mata kuliah ini ke depannya.

#### **DAFTAR REFERENSI**

<http://kelembagaan.ristekdikti.go.id/index.php/2018/01/19/perguruan-tinggi-di-indonesia-mampu-berseing-dengan-perguruan-tinggi-asing-selama-memahami-tuntutan-costumer/>

<https://news.detik.com/berita/d-3569678/jokowi-kurikulum-di-perguruan-tinggi-harus-fleksibel>

<https://edition.cnn.com/travel/article/most-delicious-drinks-world/index.html>

<http://clinical-nutrition.imedpub.com/coffee-consumption-and-coronary-heart-diseases-a-minireview.pdf>

<https://tirto.id/ramai-ramai-merambah-bisnis-kedai-kopi-CHPS>

<https://www.kantarworldpanel.com/global/News/Three-opportunities-in-out-of-home-hot-coffee>

Jan, C. J., Long, L. T., & Stanley, H. (2013). A study on the lifestyles of coffee consumers in Taiwan.

Yanagimoto K, Ochi H, Lee KG, Shibamoto T (2004) Antioxidative activities of fractions obtained from brewed coffee. *J Agric Food Chem* 52: 592-596.

Undang-undang RI No. 12 Tahun 2012, Pasal 4.