

Tingkat Kesukaan Konsumen terhadap Kopi Wine Gayo pada Beberapa Derajat Penyangraian

(Consumer preference on Gayo wine coffee prepared at different roasting degrees)

Nauval Azmi¹, Juanda¹, Satriana¹, Yusya' Abubakar^{1*}

¹Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

*Corresponding author: yusya.abubakar@unsyiah.ac.id

Abstrak. Kopi adalah satu dari sekian banyak minuman yang paling diminati oleh masyarakat global. Sebagian orang bahkan harus meneguk secangkir kopi sebelum memulai kegiatannya. Data konsumsi kopi dunia menunjukkan sebanyak 70% peminum kopi menikmati kopi arabika, sedangkan sisanya (30%) memilih kopi robusta. Akhir-akhir ini produsen mulai memperkenalkan Kopi *Wine* Gayo yang mempunyai cita rasa unik. Namun derajat penyangraian yang disukai oleh konsumen untuk produk olahan ini belum diketahui. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap kopi wine gayo yang disanggrai pada derajat yang berbeda. Penelitian ini menggunakan Rancangan Acak Lengkap (RAL) satu faktor non faktorial. Faktor perlakuan, meliputi suhu 193°C (*light*), 198°C (*light to medium*), 204°C (*medium*), 208°C (*medium to dark*) dan 213°C (*dark*) dengan 3 ulangan. Tingkat kesukaan konsumen dianalisis dengan uji hedonik menggunakan 5 skala (mulai dari tidak suka sampai dengan sangat suka). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penyangraian berpengaruh nyata terhadap kesukaan konsumen kopi *wine* Gayo. Uji hedonik kopi wine menggambarkan bahwa warna yang paling disukai terdapat pada tingkat penyangraian *medium* dengan rata-rata 3,76 (suka), sedangkan aroma yang paling disukai terdapat pada tingkat penyangraian *medium to dark* dengan rata-rata 3,75 (suka). Perlakuan terbaik didapat pada kopi wine Gayo yang disanggrai dengan derajat *medium*.

Kata kunci : Derajat sangrai, kopi *wine*, kesukaan konsumen, uji hedonik

Abstract. Coffee is one of the most popular drinks globally. Many peoples even have to sip a cup of coffee before starting their daily activities. From data on world coffee consumption, 70% of coffee lovers enjoy arabica coffee and 30% of them enjoy Robusta coffee. Recently, producers have begun to introduce Gayo wine coffee which has a unique taste. However, the degree of roasting preferred by consumers for this processed product is not yet known. The purpose of this study was to determine the level of consumer preference for Gayo wine coffee roasted at different degrees. This study used a completely randomized design (CRD) with one non-factorial factor. The treatment factors were 193°C (*light*), 198°C (*light to medium*), 204°C (*medium*), 208°C (*medium to dark*) and 213°C (*dark*) with 3 replications. Consumer preference was assessed through hedonic test using 5 scales (ranging from disliked to liked very much). Results showed that roasting degree has a significant effect on consumer preferences for Gayo wine coffee. The hedonic test for coffee wine revealed that the most preferred color was found at the medium roasting level with an average score of 3.76 (likes), while the most preferred aroma was found at the medium to dark roasting level with an average score of 3.75 (likes). The best treatment was obtained on Gayo wine coffee roasted at medium degree.

Keywords: Roasting degree, wine coffee, consumer preference, hedonic test

PENDAHULUAN

Kopi adalah salah satu dari jenis minuman yang paling banyak diminati oleh masyarakat global. Bagi sebagian orang, mereka memiliki kebiasaan meneguk secangkir kopi sebelum memulai kegiatannya. Data konsumsi kopi dunia menunjukkan bahwa kopi arabika dinikmati oleh 70% penikmat kopi dan sisa 30% sisanya penikmat kopi robusta (Rachmawati, 2015). Konsumsi kopi di Indonesia pada tahun 2016 menembus 250.000 ton dan bertambah 10,54% ke angka 276.000 ton pada tahun 2017. Sebanyak 94,5% jumlah produksi kopi di Indonesia berasal dari perkebunan milik rakyat. Pada rentang tahun 2016-2021 terjadi peningkatan penikmat kopi di Indonesia, peningkatan ini diperkirakan terus tumbuh sebanyak 8,22% setiap tahunnya (Utami dan Nurcahyo, 2019).

Kopi *wine* merupakan salah satu produk baru dari olahan kopi. Proses pengolahan yang panjang dari awal dipanen hingga menghasilkan cita rasa yang menyerupai aroma *wine*

menjadikan harga kopi *wine* relatif lebih mahal dari biji kopi arabika biasa lainnya (Zulkarnain *et al.*, 2020). Penamaan *wine* sendiri ditentukan dari aroma yang menyerupai *wine* walaupun pada dasarnya kopi *wine* tidak mengandung alkohol sama sekali. Titik didih pada alkohol ada pada suhu 80°C sedangkan pada penyangraian *green bean* kopi *wine* pada suhu 195°C - 200°C sehingga alkohol dapat dipastikan akan hilang lebih awal (Dairobbi *et al.*, 2018).

Dewasa ini, terjadi peningkatan penikmat kopi dan berbagai macam olahan kopi di Indonesia. Ada beberapa faktor yang menyebabkan peningkatan jumlah penikmat kopi ini, seperti meningkatnya status ekonomi kelas menengah dan perubahan gaya hidup penduduk Indonesia yang menjadikan kopi sebagai tren minuman masa kini. Pengembangan metode penyajian diikuti dengan pengembangan teknik pengolahan seperti pengolahan metode *honey* dan metode *wine* (Farhan, 2019).

Penyangraian merupakan bagian inti dari proses produksi bubuk kopi. Apabila dikomposisikan perbandingan sebagai penentu cita rasa kopi penyangraian mempengaruhi 30% rasa kopi, 60% ditentukan oleh budidaya dan proses pemanenan, serta 10% terakhir dipengaruhi oleh barista pada saat penyajian. Penyangraian juga merupakan bagian penting dalam pengembangan organoleptik yang spesifik dari kopi (aroma, rasa, dan warna) yang menjadi dasar kualitas kopi. Suhu dan lama penyangraian yang berbeda-beda menghasilkan kualitas kopi yang berbeda pula pada saat proses produksi. Untuk kopi arabika itu sendiri, suhu yang dianjurkan adalah 235°C dan lama penyangraian 14 menit untuk mendapatkan karakteristik fisik dan mutu sensori yang terbaik (Purnamayanti *et al.*, 2017).

Kopi *wine* merupakan produk yang muncul baru-baru ini sehingga derajat penyangraian yang disukai oleh konsumen belum diketahui. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap kopi *wine* Gayo yang disangrai pada derajat yang berbeda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Rancangan Acak Lengkap (RAL) non faktorial. Faktor penelitian adalah derajat sangrai yang terdiri dari 5 perlakuan, yaitu light, light to medium, medium, medium to dark dan dark dengan 3 kali ulangan, sehingga diperoleh 15 satuan percobaan. Suhu penyangraian untuk masing-masing perlakuan (secara berurutan) adalah 193°C (A), 198°C (B), 204°C (C), 208°C (D), dan 213°C (E) (Abubakar *et al.*, 2021).

Penelitian ini dilaksanakan di Laboratorium Analisis Hasil Pertanian, *Gayo's Best Coffee Lab* dan Laboratorium Uji Sensori, Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala.

Penyiapan Sampel Kopi *Wine*

Sampel kopi *wine* diperoleh dari daerah Lukup Sabun, Aceh Tengah yang berada pada ketinggian 1400 Mdpl. Petani menyiapkan kopi *wine* dengan cara fermentasi selama 3 minggu dan dengan penjemuran (yang secara bergantian dengan fermentasi) selama 3 minggu. Kopi merah yang didapat setelah dipanen tanpa dikupas kulit luarnya dimasukkan kedalam plastik transparan kemudian diikat dan didiamkan (fermentasi) selama 3 minggu. Setelah 3 minggu kopi yang sudah difermentasi kemudian dijemur selama 1 hari dilanjutkan dengan fermentasi selama 3 hari dilanjutkan lagi dengan penjemuran selama 1 hari kemudian penjemuran selama 1 hari dan dilanjutkan lagi fermentasi selama 1 hari setelah itu dijemur sampai kering (2-3 minggu). Setelah kering kopi *wine* kemudian digiling (*hulling*) dan dimasukkan kedalam

karung lalu kemudian disimpan pada gudang dengan suhu ruang. Kadar air kopi *wine* yang digunakan adalah 12 %.

Perlakuan penyangraian

Kopi *wine* disangrai dengan 5 (lima) tingkatan suhu penyangraian yang berbeda. Suhu dan waktu yang digunakan untuk setiap derajat penyangraian adalah 193°C selama 11 menit (*light*), 198°C selama 13 menit (*light to medium*), 204°C selama 13.30 menit (*medium*), 208°C selama 12.30 menit (*medium to dark*) dan 213°C selama 14 menit (*dark*). Mesin sangrai yang digunakan adalah *William Edison* kapasitas 1 kg, yang bertempat di *gayo's best coffee lab*, Banda Aceh. Biji kopi *wine* yang sudah disangrai didiamkan (*resting*) selama 8 jam kemudian di *grinder* dengan ukuran *medium coarse* (SCAA, 2015).

Prosedur Pengujian (Uji Hedonik)

Pengujian penerimaan (kesukaan) konsumen pada penelitian ini dilakukan dengan uji hedonik. Uji hedonik merupakan uji yang dilakukan oleh panelis untuk memberikan penilaian tentang tingkat kesukannya terhadap produk yang diuji. Uji hedonik dilakukan agar mendapatkan data dari panelis terhadap perbandingan mutu sensori produk dengan berbagai variasi perlakuan yang berbeda sehingga dapat menentukan produk yang paling disukai oleh konsumen (Setyaningsih et al., 2010). Dalam analisis sensori organoleptik, uji hedonik dibutuhkan untuk mengetahui seberapa besar perbedaan kualitas antar produk yang sejenis dengan cara pemberian nilai pada produk serta melihat tingkat kesukaan dari produk tersebut (Tarwendah et al., 2017). Pada penelitian ini digunakan 5 (lima) skala dalam penilaian yaitu skor 1 (sangat tidak suka), skor 2 (tidak suka), skor 3 (netral), skor 4 (suka) dan skor 5 (sangat suka).

Sampel kopi *wine* yang telah disangrai dengan tingkatan *light*, *light to medium*, *medium*, *medium to dark* dan *dark*, kemudian disajikan dengan jenis seduhan tubruk, dengan rasio yang digunakan adalah 1:12 yaitu 12 gram bubuk kopi dalam 180 gram air dengan suhu air 93-97 °C dan lama penyeduhan 1-4 menit (SCAA,2015). Kemudian kopi disajikan untuk uji tingkat kesukaan (penerimaan) konsumen, menggunakan uji hedonik yang melibatkan 25 orang panelis. Atribut yang digunakan adalah aroma, rasa dan warna kemudian masing-masing panelis mengisi kuisioner penilaian yang sudah disediakan.

Data Analysis

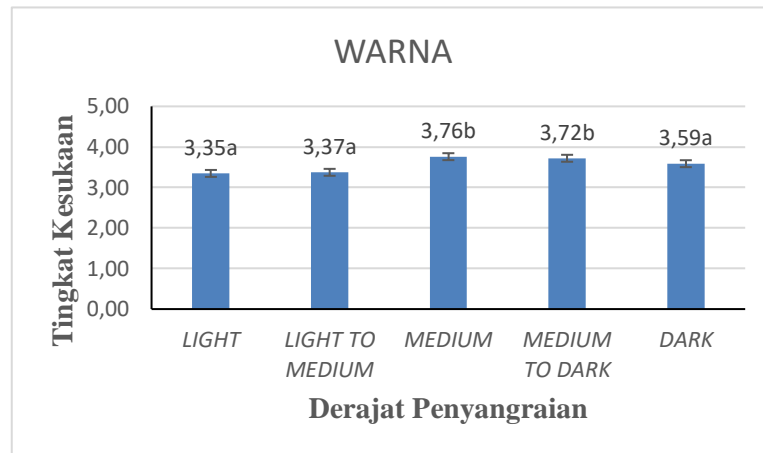
Data hasil penelitian yang diperoleh dari uji hedonik selanjutnya akan dianalisis menggunakan *Analysis of Variance* (ANOVA) dengan bantuan microsoft excel. Apabila terdapat pengaruh nyata antar perlakuan maka dilanjutkan dengan uji *Duncan Multiple Range Taste* (DMRT), (Malau, 2005)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Hedonik Rasa

Hasil analisis menunjukkan bahwa perbedaan derajat penyangraian tidak berpengaruh nyata terhadap uji hedonik rasa kopi *wine* Gayo dengan rata-rata kesukaan 2,99 – 3,57. Pada tingkat penyangraian *light* dan *light to medium* jumlah rata-rata kesukaan responden yang diperoleh hampir sama yaitu 3,05 (netral) *light* dan 3,04 (netral) untuk jumlah rata-rata *light to medium*. Tingkat kesukaan derajat penyangraian *medium* kedua terbanyak disukai responden dengan rata-rata 3,28 (netral) . Tingkat penyangraian *medium to dark* paling disukai responden dengan rata-rata nilai kesukaan yang paling tinggi yaitu 3,57 (suka) dan Tingkat penyangraian *dark* paling tidak disukai dengan jumlah rata-rata kesukaan responden 2,99 (tidak suka).

Uji Hedonik Warna

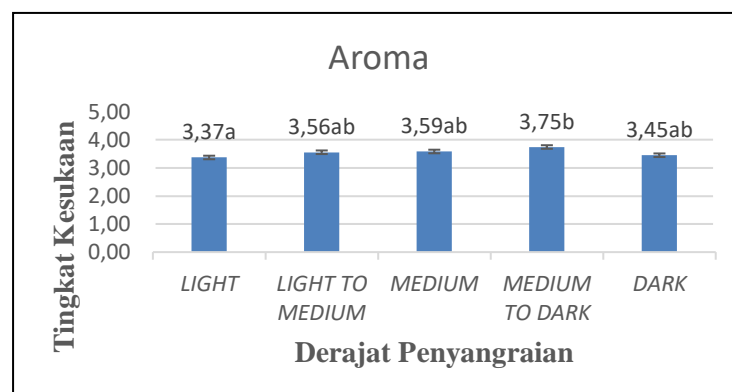


Gambar 1. Tingkat kesukaan konsmen terhadap warna seduhan kopi *wine* pada beberapa derajat penyangraian

Hasil analisis menunjukkan bahwa perbedaan derajat penyangraian berpengaruh sangat nyata terhadap uji hedonik warna kopi *wine* Gayo. Pada grafik diatas menunjukkan bahwa pada warna kopi *wine* dengan tingkat penyangraian *medium* adalah yang paling disukai oleh responden dengan jumlah rata-rata 3,76 (suka) kemudian diikuti oleh *medium to dark* dengan rata-rata 3,72 (suka). Tingkat penyangraian *dark* dengan nilai aroma rata-rata 3,59 (suka). Penyangraian tingkat *light* dengan jumlah rata-rata 3,35 (netral) dan *light to medium* 3,37 (netral), hasil ini menunjukkan bahwa penyangraian tingkat *light* paling tidak disukai.

Samin *et al.*, (2018), pada penelitiannya melaporkan pada suhu 200°C mendapat hasil warna kopi yang paling disukai responden dengan rata-rata 4,08 (suka). Pada suhu 200°C perubahan warna terjadi pada biji kopi disebabkan oleh reaksi maillard yang mengakibatkan munculnya senyawa bergugus amini dan bergugus karbonil pada biji kopi. Pada penelitian ini dengan suhu 204°C mendapat hasil warna kopi yang paling disukai oleh responden dengan rata-rata 3,76 (suka).

Uji Hedonik Aroma



Gambar 2. Tingkat kesukaan konsmen terhadap Aroma seduhan kopi *wine* pada beberapa derajat penyangraian

Hasil analisis menunjukkan bahwa perbedaan derajat penyangraian berpengaruh nyata terhadap uji hedonik aroma kopi *wine* Gayo. Tingkat kesukaan responden tertinggi aroma kopi *wine* terdapat pada penyangraian tingkat *medium to dark* dengan rata-rata 3,75 (suka). Jenis penyangraian *light to medium* dengan rata-rata 3,56 (suka) dan *medium* 3,59 (suka) tidak jauh berbeda dan untuk penyangraian tingkat *dark* total rata-rata kesukaan responden 3,45 (netral). Aroma kopi *wine* tingkat penyangraian *light* paling tidak disukai dengan nilai rata-rata terendah yaitu 3,37 (netral).

Samin *et al.*, (2018), pada penelitiannya melaporkan pada suhu 210°C mendapat rata-rata kesukaan responden 3,90 (suka). Penguapan senyawa golongan fenol pada kopi mempengaruhi kesukaan panelis terhadap aroma kopi, penguapan tersebut membentuk aroma pada biji kopi. Adapun senyawa golongan fenol (asam tidak mudah menguap) yang terdapat pada biji kopi adalah asam kafeat, asam klorogenat, asam ginat dan riboflavin.

KESIMPULAN DAN SARAN

Derajat penyangraian berpengaruh nyata terhadap uji hedonik aroma dan warna kopi *wine* Gayo. Setiap konsumen memberikan nilai atribut yang berbeda untuk setiap tingkat penyangraian kopi *wine* Gayo. Hasil uji hedonik kopi *wine* menunjukkan bahwa warna yang paling disukai terdapat pada tingkat penyangraian *medium* dengan rata-rata 3,76 (suka), sedangkan aroma yang paling disukai terdapat pada tingkat penyangraian *medium to dark* dengan rata-rata 3,75 (suka). Perlakuan terbaik uji hedonik kopi *wine* Gayo adalah tingkat penyangraian *medium*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Y., S. Sabrina., R.Rasdiansyah dan D. Hasni. 2021. Sensory Characteristic Of Espresso Coffee Prepared From Gayo Arabica Coffee Roasted At Various Times And Temperatures. The 2nd International Conference on Agriculture and Bio-industry.IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. Hal 1-7.
- Dairobbi, A., Irfan, I., Sulaiman, I., 2018. Kajian Mutu Wine Coffee Arabika Gayo. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian. 2(4): 822-829.
- Farhan, M., 2019. Pengaruh Metode Pengolahan Pasca Panen dan Teknik Penyeduhan Terhadap Cita Rasa Kopi. Skripsi. Jurusan Teknologi Hasil Pertanian. Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.
- Malau, S., 2005. Perancangan Percobaan: Pedoman Praktis yang dilengkapi dengan Contoh-contoh. Universitas HKBP Nommensen, Medan.
- Purnamayanti, A,A,NP., Gunadnya, P,B,I., dan Arda, G., 2017. Pengaruh Suhu dan Lama Penyangraian terhadap Karakteristik Fisik dan Mutu Sensori Kopi Arabika (*Coffea arabica* L). Jurnal Biosistem dan Teknik Pertanian. 5(2): 39-48.
- Rachmawati,M., 2015. Penyutradaraan Dokumenter Laporan Perjalanan *Taste Of Coffee*. Skripsi. Jurusan Televisi. Fakultas Seni Media Rekam. Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Yogyakarta.
- Samin, S., Rasdiansyah dan I. Sulaiman. 2018. Analisis Mutu Kopi Arabika Berdasarkan Suhu Roasting Menggunakan Mesin Didacta Italia. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian. 3(4):794-800.
- SCAA, 2015. *Cupping Specialty Coffee*. *Specialty Coffee Association of America*, Portland.
- Setyaningsih, D., Apriyantono, A., dan Sari, M. P. 2010. Analisis Sensori untuk Industri Pangan dan Agro. Institut Pertanian Bogor Press. Bogor

- Tarwendah, P.I., 2017. Jurnal Review: Studi Komparasi Atribut Sensoris Dan Kesadaran Merek Produk Pangan. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*. 5 (2): 66-73.
- Utami, A.E.F., dan Nurcahyo, R., 2019. Karakteristik Dan Strategi Perusahaan Rintisan : Perusahaan Rintisan Kedai Kopi Indonesia. Seminar dan Koneferensi NASional IDEC. 1-10. Surakarta
- Zulkarnain, Z., Fazari, N., Widyawati, W., Bagio, B., Ertika, Y., 2020. Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Wine Coffee Di Na Coffee Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 6 (1):101-110.