

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

MAJALAH BERITA
& DESTINASI
PARIWISATA

edisi 10

desember 2020

tidak untuk diperjualbelikan

Menuju Kebangkitan Kopi Spesialiti Pada 2021

Sumber: John Forson

Redaksi Portal Berita



dan



mengucapkan

***Selamat atas pelantikan
Bapak Sandiaga Uno sebagai
Menteri Pariwisata & Ekonomi
Kreatif.***

*Semoga senantiasa mendapatkan rahmat
dan petunjuk dari Allah SWT dalam
memajukan Parekras di Indonesia.*



hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id

FOREWORD



Bisnis kedai kopi menjamur, bukan hanya di Indonesia namun juga di berbagai belahan dunia. Bagi penikmat kopi menyeruput minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk ini memberikan kenikmatan tersendiri.

Tak heran ada kedai kopi di London Inggris menawarkan per cangkir kopi hampir Rp 1 juta yang bisa diikmati setara dua cup dari biji kopi pilihan yang dilelang seharga per kilogram biji kopi ini sekitar £ 2.000 (Rp 38,1 juta).

Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Sejak lama pemerintah Indonesia sebagai penghasil kopi di dunia kerap menyediakan minuman kopi gratis di berbagai bursa wisata di dunia untuk mempromosikan pariwisata Indonesia sekaligus memperkenalkan komoditi ekspor utamanya yang dikenal dengan diplomasi kopi.

Budaya minum kopi di tengah masyarakat mulai dari pelosok desa hingga ke ibukota memang menjadi bagian pergaulan sehari-hari. Ungkapan seperti "Ngopi-ngopi yuk?", "Ngopi dululah biar santai!", "Kita diskusi sambil ngopi menunjukkan budaya dan kearifan lokal kita.

Kekuatan ekonomi juga mengandalkan komoditi ekspor ini. Oleh karena itu meski pandemi belum segera berakhir, namun langkah-langkah menyambut kebangkitan ekonomi kedepan lewat eco-tourism harus dipersiapkan.

Di periode kedua pemerintahan Presiden Joko Widodo (2019-2024) salah satu rekomendasi yang dihasilkan dari rangkaian webinar Deplu adalah pentingnya peningkatan Wisata kopi experience & education. Contohnya adalah wisata teh di Jepang & wisata wine di Perancis.

Apalagi Laporan International Coffee Organization (ICO) bulan Oktober 2020 yang lalu menarik untuk dicermati karena Indonesia adalah satu-satunya negara pengekspor kopi yang mempunyai kenaikan ekspor signifikan selama 1 (satu) tahun terakhir, yaitu 21,8 %.

Kopi spesialiti RI siap mendunia dan pada EXPLORE ke 9 ini kami berupaya mengedepankan berbagai sisi pengembangan kopi di tanah air sehingga bisa menjadi acuan ke depan bagi semua pihak terkait sebagai kontribusi media sebagai bagian dari Pentahelix. Semoga bermanfaat.

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM

Pemimpin Umum

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

DESTINASI

Foreword	03
Wisata Kopi Perlu ditingkatkan Dalam Diplomasi Kopi	06
Menuju Kebangkitan Kopi Spesialiti Pada 2021	9
Minum Kopi Rutin Bantu Kopi Spesialiti Indonesia Siap Gebrak Eropa & Jadi Promosi Wisata Dunia Turunkan Risiko Glaukoma	12



Minum Kopi Rutin Bantu Turunkan Risiko Glaukoma	14
Mencecap Kopi Sedap di Kedai Legendaris di Pematangsiantar	16
COVID-19, Jan Praba & Lukisan Kopi	18
Kopi Setara Jaring Kerjasama dengan Travel Story & Arah Destinasi	20



BERITA

Optimisme Kopi Indonesia Menerjang Pasar Nordik	22
Kopi Luwak, Mitos Atau Fakta...	25
Harapan baru, target baru	27
Kiprah Seorang Diaspora Indonesia Berwirausaha Kopi Spesialiti di Kanada	30
Kedai Kopi Ini Membandrol Satu Jenis Kopi Hampir Rp 1 Juta Per Gelas	32



Kunjungi



untuk membaca berita dan artikel lainnya.

REDAKSI

PENASIHAT

Dr. H. Sapta Nirwandar, SE

PEMIMPIN UMUM/ PEMIMPIN REDAKSI

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM

WAKIL PEMIMPIN UMUM

Rita Sri Hastuti

WAKIL PEMIMPIN REDAKSI

Prasetyohadi Prayitno

KEPALA PERWAKILAN

Bali/Nusra - Dwi Yani

Yogyakarta - Anton Bayu Samudra

Batam - Lusia Kiroyan

Surabaya - Arif Rahman Media

CREATIVE DIRECTOR

Justin Sabrinsky

CREATIVE TEAM

Junizar Deanil

IT DIRECTOR

Budi Harmanto

SENIOR JOURNALIST

Rahmayulis Saleh

Heryus Saputro Samhudi

Rin Hindryati

REPORTER

Hana Fahila

Griska Rezza Gunara

Evan Maulana

Satrio Purnomo

Arum Suci Sekarwangi

KONTRIBUTOR

Bruriadi Kusuma

Jeffrey Wibisono V.

Nur Hidayat

Thamrin B Bachri

Gufron Sumariyono

Yudarwta Maharajo

DIVISI IKLAN

Evy Yunara (+62816900103)

Maya Syamsani (+62816968170)

SEKRETARIAT REDAKSI

Jl Karyamina No. 99, Pangkalan Jati Baru,

Cinere 16513. Tlp/WA: +62 816 1148 745

E-mail : redaksi@bisniswisata.co.id





WISATA KOPI PERLU DITINGKATKAN DALAM DIPLOMASI KOPI

OLEH BAGAS HAPSORO

Meski pandemi belum segera berakhir, namun langkah-langkah menyambut kebangkitan ekonomi ke depan lewat eco-tourism harus dipersiapkan.

Pandangan ini disampaikan sebagai salah satu rekomendasi Anak Agung Mia Intenilia, S.IP, MA. Anak Agung Mia atau akrab dipanggil Gung Mia setelah memberikan analisa mengenai "Diplomasi Kopi pada Era Jokowi".

Kajian Gung Mia ini disampaikan di depan para diplomat Kemlu dalam webinar terbatas pada Desember lalu. Sebelumnya telah dipublikasikan dalam Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, bulan Pebruari 2020 oleh Universitas Pendidikan Nasional yang terakreditasi oleh Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional.

"Dalam kabinet Jokowi 2014-2019 diplomasi budaya dan ekonomi menjadi salah satu prioritas politik luar negeri (Polugri) Indonesia", kata Mia.

Selanjutnya Mia menjelaskan bahwa pada Kabinet Kerja (2019-2024) sekarang ini nuansa diplomasi kopi terlihat lebih jelas lagi. Salah satu rekomendasi Mia adalah pentingnya peningkatan Wisata kopi experience & education.

Contohnya adalah wisata teh di Jepang & wisata wine di Perancis. Saya tertarik untuk memberikan komentar bahkan mendorong agar diteruskan. Bahkan jika perlu ditindaklanjuti. Saya akan berbicara kopi dulu, kemudian agro-wisatanya.

Perkembangan zaman membuat kopi tak lagi hanya sebatas minuman tetapi telah menjelma menjadi gaya hidup. Ajakan untuk ngopi berarti undangan untuk nongkrong santai sambil berbincang-bincang bersama rekan sejawat. Dalam hal ini, bukan saja kenikmatan aroma dan rasa kopi yang penting, tetapi juga kebersamaan yang tercipta.

Meski permintaan kopi dari hotel, restoran, cafe bahkan penerbangan berkurang, saat pandemi COVID-19 ini tidak mengurangi orang untuk minum kopi di rumah atau kos-kosan. Justru semakin banyak orang memesan biji kopi dan menggilingnya dari rumah.

Sekarang mengenai wisata kopi. Kita lihat kesiapan negara-negara pengekspor kopi lainnya mengenai eco-tourism khususnya Brazil, Kolombia, dan Viet Nam.

Brazil

Saya pernah ke kota Manaus, Brazil. Bagi penggila petualangan menantang khususnya hutan, kota Manaus yang letaknya berada di tengah hutan Amazon adalah tempat yang tepat. Kota ini tadinya terkenal dengan hasil industri karetnya yang berkembang pesat pada awal abad ke-20. Namun seiring dengan promosi kopi, Manaus termasuk maju dalam perkopian.

Para pelancong dipersilakan untuk memilih, mau melihat pohon kopi atau malahan ingin "berkebun". Ini ada keunikannya apalagi diteruskan minum kopi.

Ada satu tradisi minum kopi ala Brazil yang cukup terkenal yakni cafezinho. Cafezinho sendiri memiliki arti minum kopi sedikit, diseruput pelan-pelan. Kopi yang dinikmati sejenis espresso namun dengan proses penyeduhan dan penyajian yang berbeda. Cafezinho adalah gaya menikmati kopi dengan air seduhan gula yang mendidih. Biasanya minum kopi ditemani camilan kecil berupa kue atau snack.

Kolombia

Pemerintah Kolombia sangat jeli untuk memanfaatkan keunggulan kopinya. Logo Juan Valdez yang sederhana merepresentasikan kopi Kolombia yang termashur.

Di sebagian besar hotel di Kolombia pasti tersedia wisata kopi. Pengunjung memiliki kesempatan unik untuk menghabiskan waktu bersama petani, pemilik kopi, mengendarai jip, dan ketemu dengan penduduk setempat. Ini memungkinkan pelancong mereka untuk benar-benar menemukan pentingnya kopi bagi seluruh budaya dan cara hidup daerah tersebut.

Kolombia memiliki Taman Nasional Kopi (Parque Nacional del Cafe). Ini adalah tempat yang direkomendasikan dan layak untuk dikunjungi. Dengan museum kopi, pameran interaktif yang didedikasikan untuk sejarah kopi, dan banyak rollercoaster dan wahana lainnya pelancong akan mengerti sejarah kopi Kolombia.

Vietnam

Vietnam telah dikenal sebagai negara pengekspor kopi. Secara global, negara berpenduduk sekitar 92 juta orang ini, sudah dikenal sebagai pengekspor kopi dunia terbesar kedua, setelah Brazil. Vietnam lebih menyarankan untuk mengunjungi kafe.

Di setiap hotel dan penginapan selalu ditemukan brosur tentang campuran kopi Vietnam yang berbeda dan cicipi beberapa biji paling enak di kota. Pergi dari kafe ke kafe sebagai bagian dari tur untuk mempelajari tentang berbagai minuman yang tersedia dan untuk mempelajari bagaimana tepatnya orang Vietnam suka mengambil kopi mereka.

Pelancong atau pecinta kopi akan ditawari diberitahu tentang sejarah kopi di Vietnam sebagai bagian dari tur.



Sumber: Amigofoods



Sumber: thewoksoflife



Sumber: chinadaily

Bagaimana dengan di Indonesia?

Dubes Swedia di Indonesia tahun 2015–2019 Johanna Brismar Skoog sangat terkesan dengan kawah Ijen dan Toraja. Beliau penggemar berat kopi Indonesia. Salah satu tempat yang sangat berkesan sekaligus dapat diciptakan sensasi kopi adalah Kopi Arabika Java Ijen Raung.

Saya pernah diceritakan lebih detail bahwa kopi Ijen mengalami pencucian dalam proses dan tumbuh berada di timur Kawah Ijen, dalam ketinggian 1.400 meter.

Saya yakin pandangan beliau banyak benarnya. Bagaimana wilayah penghasil kopi lainnya. Sebagai contoh kita lihat Aceh, Bali dan Toraja.

Aceh, Takengon

Takengon menawarkan banyak tempat wisata di antaranya Danau Laut Tawar di Dataran Tinggi Gayo. Objek wisata kopi dengan ketinggian 1.100 meter ini menyuguhkan pemandangan alam yang memesona dengan hawa yang sejuk.

Sambil menikmati keindahan alam ciptaan Tuhan, kita bisa menyeruput segelas kopi Gayo, hasil perkebunan milik warga yang diolah secara tradisional. Petani kopi di Takengon memang bukan hanya menanam kopi, tetapi juga mengolahnya supaya bisa langsung dinikmati. Inilah magnet yang menarik wisatawan dan penggemar kopi untuk berkunjung.

Bali

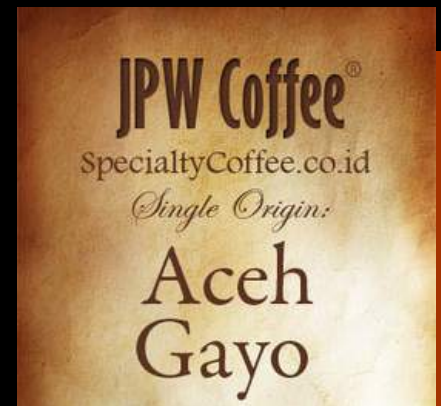
Pulau Dewata ini ternyata memiliki destinasi wisata kopi yang menarik. Bukan hanya pesona alam dan keindahan budayanya yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke Bali, tetapi rasa kopinya.

Menurut sejarah, perkebunan kopi di Bali dimulai oleh para petani dari Lombok pada awal abad ke-20. Daerah yang dianggap ideal karena kesuburan tanah dan iklimnya yang sesuai adalah Kintamani. Awalnya, kopi yang ditanam adalah kopi robusta karena tahan lama dan mengandung kafein tinggi. Namun, jenis itu kini diganti dengan kopi arabika karena harganya lebih tinggi dan rasanya tidak terlalu asam.

Toraja

Saya kadang-kadang merasa malu. Beberapa teman saya dari Lebanon, Swedia dan Denmark mengenal kopi Toraja lebih baik daripada saya? Bukan hanya masyarakat lokal, kenikmatan rasa kopi Toraja juga sudah diakui oleh masyarakat internasional. Dengan merk dagang Toraja Arabica Coffee, kopi ini dapat dengan mudah ditemukan pada kedai kopi papan atas di Denmark, Swedia, Finlandia, dan sebagainya.

Ketenaran kopi Toraja dapat kita nikmati jika berkunjung ke perkebunan kopi Sulotco yang terletak di Bittuang, tepatnya di Bolokan, Kabupaten Tana Toraja. Tak hanya sedapnya aroma kopi, tetapi kita dapat berwisata kopi dengan menjelajah perkebunan kopi seluas 800 ha. Perkebunan ini asalnya adalah milik seorang Warga Negara Belanda bernama H.J. Stock van Dyck.



Sumber: Baristalakadar



Sumber: petitesbullesdailleurs.fr/



Sumber: Sentrakopi



MENUJU KEBANGKITAN KOPI SPESIALITI PADA 2021

OLEH BAGAS HAPSORO

Indonesia menjadi negara pengekspor kopi satu-satunya di dunia satu tahun terakhir dengan kenaikan 21,8%

Sebentar lagi kita akan memasuki tahun 2021. Semua pihak, mulai dari petani kopi, pembeli di dalam negeri, bahkan konsumen di mancanegara tentu akan membandingkan kepuasan mereka mengenai kopi di tahun "pandemi" ini dengan harapan pada tahun depan. Laporan International Coffee Organization (ICO) bulan Oktober 2020 yang lalu menarik untuk dicermati.

Di situ dinyatakan bahwa Indonesia adalah satu-satunya negara pengekspor kopi yang mempunyai kenaikan ekspor signifikan selama 1 (satu) tahun terakhir, yaitu 21,8%.

Jumlah kopi yang terjual tahun lalu mencapai 5,7 juta (per karung adalah 60 kg) dan tahun ini menjadi 6,9 juta karung.

Laporan ICO ini menerjang peringkat Brazil yang telah anjlok menjadi minus (-) 2.3 %. Pesaing Indonesia lainnya seperti VietNam turun ke -3 % dan Kolombia secara drastis menukik ke minus -8.7 %.

Walaupun ada alasan yang mengatakan bahwa kopi Indonesia perlu dipilah dulu, apakah specialty coffee atau kopi komersial termasuk kopi three-in-one (kopi, susu, gula), namun kenaikan ekspor 21.8% itu adalah nyata.

Salah satu analisa ICO adalah gencarnya produksi kopi Indonesia, penggunaan online promotion serta semakin ketatnya pengawasan dalam traceability.

Sebentar lagi kita akan memasuki tahun 2021. Semua pihak, mulai dari petani kopi, pembeli di dalam negeri, bahkan konsumen di mancanegara tentu akan membandingkan kepuasan mereka mengenai kopi di tahun "pandemi" ini dengan harapan pada tahun depan. Laporan International Coffee Organization (ICO) bulan Oktober 2020 yang lalu menarik untuk dicermati.

Di situ dinyatakan bahwa Indonesia adalah satu-satunya negara pengekspor kopi yang mempunyai kenaikan ekspor signifikan selama 1 (satu) tahun terakhir, yaitu 21,8%.

Jumlah kopi yang terjual tahun lalu mencapai 5,7 juta (per karung adalah 60 kg) dan tahun ini menjadi 6,9 juta karung. Laporan ICO ini menerjang peringkat Brazil yang telah anjlok menjadi minus (-) 2.3 %. Pesaing Indonesia lainnya seperti VietNam turun ke -3 % dan Kolombia secara drastis menukik ke minus -8.7 %.

Walaupun ada alasan yang mengatakan bahwa kopi Indonesia perlu dipilah dulu, apakah specialty coffee atau kopi komersial termasuk kopi three-in-one (kopi, susu, gula), namun kenaikan ekspor 21.8% itu adalah nyata.

Di tengah situasi pandemi, kopi tetap memiliki kedudukan strategis dalam perekonomian. Keterangan ini disampaikan secara resmi oleh Menteri Perindustrian pada Hari Kopi Nasional 1 Oktober 2020 dan Menteri Perdagangan dan pejabat Kemendag dalam kesempatan terpisah.

Menteri Ristek menyatakan dalam salah satu Seminar 5 September 2020 dengan Universitas Jember bahwa sebanyak 96 persen produksi kopi Indonesia berasal dari perkebunan rakyat.

Saat ini rata-rata produksi kopi Indonesia mencapai 600.000 ton per tahun yang dihasilkan dari lahan seluas 1,3 juta hektar. Dari jumlah itu, 45 persen produksinya diserap pasar dalam negeri, dan sisanya diekspor.

Ruang ekspor lebih besar daripada konsumsi dalam negeri

Walaupun Indonesia mempunyai 270 juta penduduk yang juga merupakan konsumen kopi, sekitar 60-70% produksi biji kopi Indonesia dilaporkan diekspor ke pasar global. Ini artinya masih besar ruang kapasitas untuk melakukan ekspor kopi walaupun konsumsi kopi dalam negeri juga tinggi.

Beragam jenis asal kopi Indonesia yang unik dan populer di dunia adalah karena Indonesia salah satu negara yang memiliki jenis asal kopi terbanyak, atau bisa disebut dengan single-origin.

Terdapat beragam jenis asal kopi Indonesia dari berbagai daerah di Sumatera, Jawa, Bali, Flores, sampai Papua. Sudah terbukti masing-masing jenis kopi tersebut memiliki cita rasa yang khas dan unik. Contoh jenis kopi asal Indonesia yang sudah populer di pasar dunia seperti Mandailing dan Toraja.

Dari data kenaikan ekspor di atas, jika dilihat lebih dalam lagi, ternyata dari sisi impor, AS, Jepang, Malaysia, Italia, Mesir, Jerman sanggup menyerap kopi Indonesia dengan angka yang sangat menjanjikan.



Sumber: perfectsnacks

Ruang ekspor lebih besar daripada konsumsi dalam negeri

Dikutip dari Badan Pusat Statistik (BPS) Oktober 2020, maka negara tujuan tradisional yang memiliki jumlah peminum kopi per kapita tinggi, mempunyai standard Sanitary and Phytosanitary (SPS), dan relatif lebih mudah untuk bekerjasama dalam bidang kopi.

Dengan melihat potensi dan kekuatan demand yang tinggi, kiranya 6 negara yang mempunyai korelasi untuk penguatan ekspor kopi Indonesia, yaitu Amerika Serikat (AS), Kanada, Jerman, Finlandia, Australia, dan Jepang.



Sumber: Guybasabose

BE DIFFERENT.

@JIESSPORT

JIES SPORT is a trusted online-based clothing store in Indonesia selling the best quality sport wear and customized shirt for affordable prices since 2014. Enter promo code "JIESDISKON" on our Tokopedia store to get 10% off for all of your purchases*.

tokopedia.com/jiessport



JIESSPORT

*terms and conditions apply.



Kopi Spesialiti Indonesia Siap Gebrak Eropa & Jadi Promosi Wisata Dunia

Oleh **Hilda Ansariah Sabri**

Kopi Arabika asal Indonesia memiliki cita rasa yang kuat dan khas, menurut Andre Nilsson dari Swedia. Hal ini berbeda dengan kopi Arabika dari negara penghasil kopi lainnya.

"Apabila dikembangkan sedikit lebih baik lagi, Indonesia bisa menjadi salah satu negara pengeksport kopi terbagus di dunia," kata Andre yang menyukai Kopi Toraja ini.

Komentar senada diberikan 2 (dua) orang barista dan coffee roaster Finlandia yaitu Jani Huusko dan Hannah. Mereka sepakat dengan Andre bahwa cita rasa kopi Arabika Indonesia demikian khas, namun begitu dicari, terkadang persediaan di pasar tidak banyak.

Menurut mereka Indonesia harus memanfaatkan negara-negara Nordik, mengingat penduduk negara itu merupakan peminum kopi terberat di dunia.

"Bayangkan rata-rata 1 orang meminum 12-13 kg per-tahun", kata Jani Husska yang sudah 9 tahun menggeluti kopi spesial. Ahli dan praktisi kopi dari Denmark, Norwegia dan Jerman juga memberikan komentar pada saat diskusi Webinar yang diselenggarakan oleh Kemlu. Acara "Indonesia's Specialty Coffe-Europe" dibuka oleh Prayono Atiyanto, Dubes/Diplomat Ahli Utama Kemlu.

"Kami sengaja mengambil tema specialty coffee ini karena tujuannya adalah mencari titik temu dan mencatat cara inovatif untuk meningkatkan ekspor kopi ke Eropa", kata Prayono.

Menurutnya, para "ahli kopi" Indonesia secara periodik perlu memberikan update tentang proses pembuatan kopi sesuai dengan sifat transparansi dari bisnis kopi itu sendiri.

"Melalui pertemuan virtual ini, kalangan Eropa dapat mendengarkan dan berkomunikasi langsung dengan para pemangku kepentingan di Indonesia," jelas Prayono.

Perlu Gencar Pemasaran

Pengusaha asal Norwegia, Alf Kramer menjelaskan bahwa walaupun Indonesia dikenal dengan kopi robustanya, namun ternyata jenis kopi Arabica dari Indonesia lebih banyak menarik para penggemar kopi asal Eropa.

Alf Kramer juga menyarankan perlunya diperbanyak kegiatan pemasaran. Tidak saja mengenai produk tetapi juga informasi. "Orang-orang Eropa sangat kritis terhadap informasi", kata Alf Kramer. Juga dijelaskan bahwa bukti ilmiah yang mempunyai kredibilitas tinggi akan mengangkat kopi Indonesia.

Pengimpor green beans (biji kopi) Regnar Kragh asal Denmark juga memberikan masukan dalam diskusi, yakni terkait kontinuitas dari persediaan. Disayangkan oleh Regnar bahwa produksi kopi Arabica di Indonesia masih tergolong kurang banyak.

"Sekitar 80 persen produksi kopi Indonesia masih dikuasai oleh jenis Robusta," Regnar Kragh hingga kini masih berbisnis langsung dengan pengusaha Indonesia.

Cerita sukses My Bali Coffee

Diskusi juga mendengarkan cerita sukses perusahaan kopi Indonesia yang memasarkan label My Bali Coffee. Perusahaan di Jerman ini mampu mengembangkan varian kopi Indonesia dan telah dipasarkan ke lebih 300 unit toko dan supermarket di Jerman.

Perolehan kopi My Bali Coffee, menurut pemiliknya Sascha Bayu Handoyo ini dilakukan melalui "direct trade" langsung dengan petani kopi Indonesia secara berkelanjutan di beberapa sentra kopi Indonesia. Kegiatan Webinar Kemlu Specialty Coffee ini menurut Dubes Prayono akan diteruskan secara berseri. Melalui program Webinar ini Kemlu menggalakkan program yang memberikan informasi langsung bagi para pegiat kopi tentang pentingnya kopi.

Tidak saja mempunyai nilai bisnis, tetapi juga sosial dan perhatian kepada lingkungan. "Tujuan akhirnya adalah meningkatnya ekspor kopi di luar negeri. Semoga cerita sukses My Bali Coffee bisa dicontoh di negara lain", kata Dubes Prayono menutup diskusi.



Prayono Atiyanto, sumber: mediaindonesia.com

Oleh Rin Hindryati

Minum Kopi Rutin Bantu Turunkan Risiko Glaukoma

kabar gembira bagi para penggemar kopi termasuk wisatawan yang genar mencicipi kopi di setiap negara yang dikunjunginya. Studi terkini yang dilakukan para peneliti di Universitas Kyoto, Jepang, menunjukkan bahwa rutin minum kopi membantu menurunkan tekanan intraokular, salah satu penyebab utama glaukoma.

Glaukoma sendiri merupakan kondisi mata di mana tekanan cairan di dalam mata merusak saraf optik. Hal ini bisa menyebabkan kebutaan jika dibiarkan tak terdeteksi. Penelitian ini sekaligus membantah teori konvensional yang menyatakan sebaliknya.

Studi ini melibatkan lebih dari 9.000 partisipan. Hasilnya, cukup mengejutkan karena hasilnya bertolak belakang dengan teori yang menyatakan bahwa kafein dalam kopi dapat meningkatkan tekanan intraokular.

Para pasien glaukoma selama ini takut minum kopi karena khawatir dapat meningkatkan risiko penyakit yang bisa menyebabkan kebutaan itu.

Penderita glaukoma bisa kehilangan penglihatan parsial, kemudian memburuk dan menjadi buta terutama karena meningkatnya tekanan intraokular dan variabel lain yang merusak saraf optik.

Di Jepang, satu dari 20 orang berusia 40 tahun ke atas mengidap penyakit ini.

Penelitian yang dipimpin Masahiro Miyake, spesialis oftalmologi dan asisten profesor program khusus di Universitas Kyoto, menganalisa data yang dikumpulkan selama lebih dari 10 tahun. Para peneliti ini mencari tahu hubungan antara kesehatan dan gaya hidup warga di Nagahama, Prefektur Shiga.

Tim memfokuskan risetnya pada kebiasaan minum kopi, tepatnya seberapa sering seseorang minum kopi dan bagaimana pengaruhnya terhadap tekanan intraokular.

Partisipan pria dan wanita yang berjumlah 9.418 pria ini belum pernah didiagnosis glaukoma.

Usia mereka antara 30-an hingga 80-an. Mereka dibagi menjadi empat kelompok tergantung pada seberapa sering minum kopi per hari mulai dari "kurang dari sekali sehari" hingga "lebih dari atau sama dengan tiga kali per hari."

Setelah usia, jenis kelamin dan variabel lain diselaraskan, para peneliti kemudian menghitung tekanan intraokuler rata-rata (dalam mmHg) untuk setiap kelompok.

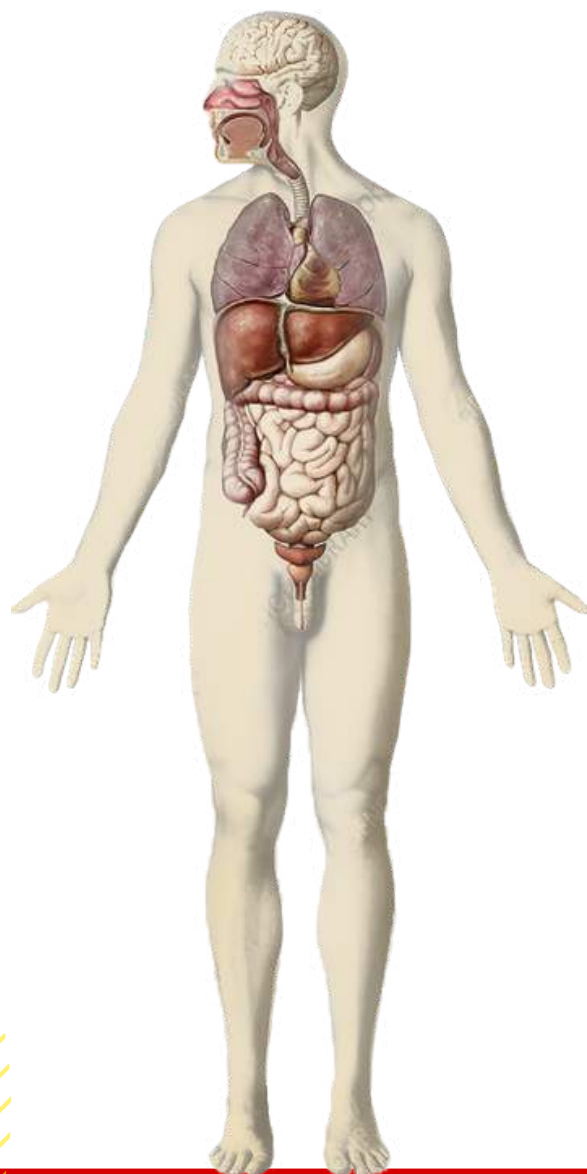
Hasilnya menunjukkan semakin sering seseorang meminum kopi, semakin rendah kecenderungan tekanan intraokularnya. Mereka yang minum kopi tiga kali atau lebih per hari memiliki tekanan intraokular 0,4 mmHg atau lebih rendah dibandingkan dengan mereka yang minum kopi kurang dari sekali sehari.

"Pasien harus berkonsultasi dengan dokter mereka [tentang minum kopi], tetapi tampaknya pasien glaukoma tidak harus menahan diri untuk tidak minum kopi," kata Miyake, seperti dilansir Yomiuri Shimbun.

Namun Miyake mengingatkan karena studi ini tidak melihat apakah kopi dapat menurunkan tekanan ingraokular maka dia menyarankan agar tidak menganggap bahwa minum kopi dapat mencegah atau mengobati glaukoma.

"Penelitian ini mempelajari korelasi antara gaya hidup dan risiko glaukoma. Ini mendapatkan momentum di seluruh dunia," kata Prof. Toru Nakazawa, spesialis oftalmologi di Universitas Tohoku.

"Hasilnya mungkin bermanfaat bagi pasien yang khawatir tentang makanan dan minuman apa yang dapat memengaruhi gejala [penyakit] mereka," imbuhnya.



MENCECAP KOPI SEDAP DI KEDAI LEGENDARIS DI PEMATANGSIANTAR

Oleh Rin Hindryati



Setiap kali mengunjungi kota kelahiran suami saya, Parapat, di pinggir Danau Toba, Sumatera Utara, kami selalu singgah di Pematang Siantar. Melongok kotamadya ini masuk daftar must-to-do kami. Tujuan utamanya sebenarnya adalah menikmati Chinese food di bilangan Jl. Bandung (orang lama menyebutnya Jl. Nanking).

Seorang sahabat di Jakarta yang merupakan Siantarman—dia pecinta kuliner yang sudah acap menjajal makanan di Eropa dan Amerika—menyatakan hidangan salah satu restoran lawas di sana tak ada bandingannya.

Sebutan dia: terenak sejagat. Sebuah penilaian yang subyektif tentunya. Olah rasa oleh lidah tak bisa diperdebatkan, bukan? Begitupun sobat yang terkenal kritis dan hemat bicara itu tentu tak asal ngomong; seperti biasa, ia pasti punya dasar penilaian.

Selain mengisi perut, yang selalu kami lakukan di Siantar adalah ngopi di kedai legendaris. Kopi Sedap, namanya. Dahulu (d/h) sebutannya kedai Go Muk. Letaknya di Jl. Sutomo, sedinding dengan toko roti termashyur yang praktis tak pernah sepi sepanjang tahun: Ganda. Meski telah kenyang oleh mie, kami selalu merasa ada yang kurang kalau belum mereguk Kopi Sedap.

Bersantap makanan Cina di Jl. Bandung dan sesudahnya ngopi di Kopi Sedap. Itu agenda utama kami setiap kali ke Siantar. Selebihnya adalah bonus, termasuk tur keliling pusat kota dengan menumpang becak mesin bergaya motor gede dari zaman Perang Dunia.

Atau sekadar menikmati udara petang di kota yang bersih, nyaman dan tertata rapi. Seperti kota-kota di Eropa, salah satu pusat pemerintahan Hindia Belanda di Sumatera Timur ini ajeg saja dari tahun ke tahun; praktis tak banyak yang berubah di sana sampai hari ini. Keklasikannya aku suka.

IKON

Aku dan suamiku, P Hasudungan Sirait, pengopi serius. Kami menyukai kopi dalam negeri macam Ulee Kareng, Sidikkalang, Lintong, Gayo, atau Toraja. Menikmatinya di kedai kota asal merupakan sensasi yang tak terpermanai, menurut kami. Kesempatan seperti itu selalu kami damba.

Lain lubuk lain ikannya. Kedai kopi 'sungguhan' pun begitu. Racikan dan atmosfer yang satu tak sama dengan yang lain. Yang terakhir ini mencakup karakter pengunjung tetapnya serta lagak laku mereka saat menikmati minuman-cemilan, serta waktu bercengkerama di sana. Kopi Sedap pun tak terkecuali. Kami menilai yang satu ini sungguh istimewa. Atmosfir klasik mencuat di Kopi Sedap.

Menurut literatur yang aku baca, kedai Go Muk yang menyajikan kopi jenis robusta ini sudah ada sejak 1939. Cabangnya tak pernah ada sampai sekarang pun. Berada di deretan rumah-toko lama di jantung kota Siantar, bangunannya berikut interiornya hingga hari ini masih seperti yang doeloe.

Sejak dulu di sinilah kaum pria elit kota kongkow. Pejabat pemerintah, pebisnis, pembesar partai, akademisi, makelar proyek, dan sosialita lain hang out di sini, terutama sebelum coffee shop modern hadir di hotel-hotel dan pusat perbelanjaan. Tak syak lagi kedai Kopi Sedap merupakan salah satu ikon Siantar.

Kedai kopi alternatif kini sudah banyak di Siantar. Kok Tong yang berada di jalan seberang, salah satunya. Bersentuhan modern, kedai yang lebih besar ini merupakan tempat mangkal pilihan kaum muda kota. Kami sendiri terlanjur jatuh cinta pada Kopi Sedap sehingga belum berpikir untuk pindah ke lain hati. Sekali lagi, ini soal selera dan sejarah pertautan diri....





COVID-19, Jan Praba & Lukisan Kopi

Oleh Heryus Saputro

Wabah Covid-19 yang melanda dunia, dan anjuran para ulama serta umara untuk kita tetep tinggal di rumah untuk waktu yang sudah ditentukan, nyatanya memang berdampak luas.

Pelajar tak bisa pergi ke sekolah, pegawai tak bisa ke kantor, tempat-tempat wisata ditutup, dan banyak rencana kerja yang sudah disiapkan matang terpaksa gagal dilaksanakan atau ditunda pengelenggaraannya.

Dampak ini juga dirasakan oleh Jan Praba, seorang perupa di Jakarta dan Ketua Komunitas Pelukis Kopi Indonesia atau Coffee Painter Indonesia (CPI) yang juga mantan President Persatuan Kartunis Indonesia.

"Kami, 30 orang perupa yang tergabung dalam Komunitas, berencana menggelar pameran bertajuk 'Coffee in CultureHeritage #2' di Museum Seni Rupa dan Keramik di kawasan wisata Kota Tua Jakarta, dan sedianya diresmikan pada tanggal 21 Maret 2020,"

ungkap Jan Praba yang juga aktivis Sanggar Lukis Garajas.

Tapi seperti kita ketahui, wabah Covid-19 melanda termasuk di sekujur wilayah Indonesia.

Dan kita semua sepakat dengan anjuran para ulama/agamawan serta umara atau pemerintah untuk #saveStayHome, tinggal di rumah sambil terus bekerja.

Maka, pameran pun gagal digelar. "Persisnya, kami tunda, menunggu hari baik untuk digelar lagi," ucap Jan Praba, optimistis.

Sebagaimana yang pertama, pameran 'Coffee in CultureHeritage #2' digagas untuk mencatat serta mendokumentasikan peninggalan sejarah dan budaya yang ada dan berkembang di Indonesia.

Untuk itu, Jan sudah menyiapkan dua buah lukisan dengan obyek sosok wayang Bima, satu dari lima persaudaraan Pandawa.

Sebuah lukisan berukuran 75 x 120 Cm bertajuk Bersih - Tegas - Berani, sebuah lagi berukuran 75 x 150 Cm bertajuk "Two Version of Bima".

PESONA AMPAS MINUMAN

Indonesia merupakan negara penghasil produk biji kopi terbesar keempat setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Dimana-mana orang suka ngopi. Bubuk kopi mudah didapat, bahkan di kampung-kampung di pinggir hutan dan gunung. Banyak pedagang asongan menawarkan kopi hangat di tempat-tempat keramaian ataupun taman kota, harganya segelas tak sampai Rp 5000.

"Setelah kita teguk habis, ampasnya di dasar gelas bisa kita gunakan untuk melukis di atas kanvas," ungkap Jan sederhana. Melukis dengan menggunakan air dari ampas kopi bukan hal baru. Di luar negeri ataupun dalam negeri, sejak lama seniman melakukannya. "Tapi sebagai komunitas, saya kira...Coffee Painter Indonesia (CPI) hadir sebagai yang pertama," ungkap Jan Praba.

Dideklarasikan pada 1 Oktober 2018 bertepatan dengan International Coffee Day, Coffee Painter Indonesia sedikitnya telah menggelar tiga kali pameran di Jakarta, yakni pameran bertajuk Ekspresi Nuansa Kopi di Smesta Gallery pada November 2018, Coffee in Cultural Heritage di Museum Seni Rupa & Keramik pada 9 Februari 2019, dan Coffee in Hero di Museum Basoeki Abdullah pada bukan November 2019.

Di luar itu, CPI juga bergiat di berbagai kegiatan. Kerap diminta untuk demo dan berekspresi di berbagai perayaan dan acara wisata, termasuk kegiatan 'mengajar' secara gratis kepada masyarakat, keluarga dan anak-anak ihwal bagaimana memanfaatkan bekas minuman kopi yang sudah habis diteguk ayah atau ibu, dan menjadikannya zat pewarna pengganti cat air atau watercolor berwarna sephia.

Sama dengan cara melukis konvensional, yang menggunakan cat atau pensil, kapur warna serta potongan arang, melukis dengan media kopi amat mudah dilakukan. Tinggal menyiapkan lembar media datar seperti kertas kwarto ataupun folio, atau kanvas bila sudah mulai mahir.

KARYA BERTARUHAN

Saat ini aktivitas melukis memang cenderung kita fahami sebagai kegiatan menggambar sesuatu di atas kertas atau kanvas, dengan pensil pewarna, tinta atau produk zat pewarna yang kita kenal sebagai cat. Padahal kita tahu, sejarah seni lukis lahir jauh sebelum masyarakat budaya menghasilkan tinta, pensil ataupun cat.

Pada lempeng batu-baru atau dinding goa misalnya, para akreolog menemukan gambar-gambar hasil tangan-tangan manusia purba, yang mencoret atau menoreh gambar-gambar khas dari bahan lumpur ataupun cairan warna alamiah yang didapat di permukaan bumi di dekat situ

Pada perkembangannya, kita juga tahu, orang lantas menggambar atau mendokumentasikan sesuatu bentuk di alam dengan menorehkan batu runcing atau arang kayu yang hitam legam, sampai kemudian ditemukan budaya sabak (batu tulis), kertas, pena bulu angsa, tinta, pensil warna-warni, lembar kain kanvas, dan juga ragam cat modern.

Namun ada hal yang tidak berubah, yakni seni menggambar atau melukis selalu menggunakan alat untuk melukis (pensil, pena, kuas atau tongkat lukis), media datar (juga cembung atau cekung) sebagai tempat untuk menggambar, serta cairan tertentu untuk menghadirkan gambar sesuai imaji dan fantasi artistik si pembuat gambar.



Lukisan Bima

Sumber: [Twitter.com/jan_praba](https://twitter.com/jan_praba)



Kopi Setara Jaring Kerjasama dengan Travel Story & Arah Destinasi

Sumber: **Discover Horizon**

OLEH **HILDA ANSARIAH SABRI**

Kopi Setara (kopisetara.com) menandatangani perjanjian kerja sama dengan Travel Story (travelstory.id) dan Arah Destinasi (arahdestinasi.com). Untuk tahap awal, kerja sama dilakukan dalam hal branding dan pertukaran konten," ujar Yudi Rizka, direktur utama kopisetara.com.

"Kopisetara.com merupakan bagian dari upaya penyebaran informasi dan promosi potensi wisata alam yang nantinya akan dikembangkan juga menjadi wadah pembinaan anggota serta marketplace," ungkapnya.

Pihaknya juga akan terus berupaya supaya anggota koperasi bisa merasakan keuntungan dari berbagai sisi. Selain itu, kami juga berupaya untuk mengangkat wisata-wisata alam di Indonesia yang luar biasa, tetapi belum banyak diketahui.

Direktur Pemberitaan Arah Destinasi Farida Denura, menyambut baik kerja sama dengan Kopisetara.com dan Travel Story. "Di zaman sekarang ini, kita tidak bisa bekerja sendiri. Harus saling melengkapi. Co-branding ini akan menguntungkan kedua belah pihak," ujarnya.

Florence Untung, direktur marketing Travel Story mengatakan hal senada. Katanya, kerja sama konten dengan link aktif serta pemasangan banner di web masing-masing, akan menguntungkan kedua belah pihak.

"Kita juga bisa saling sharing narasumber. Ke depan, kami berniat memperluas kerja sama di luar konten yang bisa menguntungkan kedua belah pihak," jelas Florence. Dia menambahkan, selama ini Travel Story juga sudah melakukan co-branding dengan Arah Destinasi.



Sumber: Kopi-setara.business.site

KOPI SETARA

Ronie Ibrahim, wakil ketua Koperasi Sentra Wisata Alam Nusantara (Kopi Setara) yang memayungi kopisetara.com, menjelaskan bahwa koperasi tersebut didirikan oleh para pelaku usaha wisata alam dari berbagai jenis kegiatan, baik darat, air dan udara.

Pendirian koperasi ini menjawab tantangan dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah serta Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Di Indonesia, terang Ronie yang usahanya juga terkait aktivitas outdoor, wisata alam sangat berhubungan dengan petualangan seperti naik gunung, arung jeram, susur gua, panjat tebing, paralayang dan lain sebagainya.

Pada awalnya kegiatan ini hanya diminati oleh kelompok pecinta alam tidak lebih dari sebatas hobi saja. Namun beberapa tahun belakangan, kegiatan ini tidak saja dilakukan oleh para pehobi namun masyarakat umum juga ingin merasakan sensasi pengalaman dan petualangannya.

ARAH DESTINASI & TRAVEL STORY

Arahdestinasi.com merupakan situs berita pariwisata yang berada di bawan PT Arah Kita Group. Berdiri dan resmi diumumkan secara terbuka pada tanggal 17 Februari 2018."

Arah Kita Group memiliki beberapa divisi. Selain Arah Destinasi, ada Arah Properti dan Scolae yang bergerak di pemberitaan seputar pendidikan," terang Farida yang sudah berpuluh tahun bergelut di bidang jurnalistik.

Florence menjelaskan, travelstory.id merupakan situs pemberitaan yang lebih berfokus pada feature perjalanan, baik dalam satu rangkaian lengkap, termasuk itinerary, mau pun menulis objek-objek wisata secara mandiri.

Travel Story didirikan Oktober 2019 dan meluncurkan produk cetak (majalah) pada Desember 2019. Namun, kegiatan cetak terhenti akibat COVID-19. "Kami sekarang berfokus pada web dan akan segera meluncurkan kembali dalam bentuk e-magazine," pungkas Florence.



OPTIMISME KOPI INDONESIA MENERJANG PASAR NORDIK

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Kopi Indonesia adalah salah satu yang terbaik di dunia. Meskipun terdapat kopi jenis Geisha Panama, Blue Mountain, dan sebagainya. Tetapi Indonesia lebih kaya,” kata Syafrudin, Ketua Coffee Speciality Association of Indonesia (SCAI).

Berbicara dalam pertemuan virtual yang diselenggarakan Kemlu RI, Syafrudin mengatakan banyak daerah yang memproduksi dengan ciri khasnya masing-masing dan kopi banyak disukai wisarawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia.

Dalam pertemuan yang dihadiri oleh para penggiat kopi, wakil pemerintah, asosiasi, barista, dan pengamat kopi baik dari Indonesia dan Swedia, terlihat antusiasme untuk bekerjasama dan saling memberikan info ketika potensi speciality coffee itu besar. Bertindak selaku moderator dalam pertemuan tersebut adalah Dubes RI untuk Swedia dan Latvia 2016-2020, Bagas Hapsoro.

Mengawali pertemuan, mantan Dubes RI di Azerbaijan, Prayono Atiyanto, menyatakan bahwa fokus kepada specialty coffee harus menjadi prioritas. “Saya perlu menekankan bahwa kita menitik beratkan kepada hasil yang spesifik. Bahan yang sudah ada kita garap secara maksimal dan konsisten”, ujar Prayono.”

Menurut dia, sahabat kopi Indonesia harus menggarap hal ini dengan serius, karena mampu menciptakan value-added yang sangat besar dengan kapasitas produksi yang tidak besar, tambahnya dalam rilis yang bisniswisata.co.id terima dari Kedubes RI di Swedia, hari ini.

Sependapat dengan Prayono, Ketua SCAI, A. Syafrudin menyampaikan bahwa sebagai bahan public outreach kepada masyarakat, khususnya millennial, specialty coffee adalah kopi yang mempunyai kualitas tinggi, baik rasa maupun aroma dengan standar ukur cupping test dan tentunya diproses dengan ketentuan khusus.

Menurut Syafrudin kopi ini adalah kopi yang dinilai oleh Q-Grader tersertifikasi yang mampu memenuhi kriteria kelas specialty mengacu pada Specialty Coffee Association (SCA), dari segi kualitas fisik dan kualitas rasa.“

Terdapat tiga kelas dalam kualitas fisik, yaitu Specialty Grade, Premium Grade, dan Exchange Grade. Untuk kualitas rasa, kopi dapat dibidang specialty jika mendapatkan nilai di atas 80 melalui proses cupping” ujar Syafrudin.

Ditambahkan oleh Wakil Ketua SCAI, Daroe Handoyo, bahwa seyogyanya pengusaha kopi Indonesia tidak saja menekankan pada produksi tetapi juga “narasi” kopi. Sejarah dan kisah dibalik kopi perlu menjadi highlight. Istilah yang dipakai anak muda kiranya dapat mendongkrak popularitas kopi. Misalnya “Do Good for the people”.

Mengenai kopi unggulan Indonesia, Kamapradipta optimis bahwa ekspor kopi Indonesia masih memungkinkan untuk ditingkatkan dengan mempertimbangkan konsumsi kopi masyarakat Indonesia rata-rata 1,2 kg per kapita/tahun atau 300 ribu ton/tahun.

Selain itu, beberapa jenis kopi Indonesia cukup populer di dunia, seperti Kopi Gayo (Aceh), Kopi Preanger (Jabar), Kopi Kintamani (Bali), Kopi Toraja (Sulawesi) hingga Kopi Bejawa (Flores). Dari berbagai survei konsumen, kopi Indonesia dinilai memiliki rasa tersendiri, di mana iklim tropis membuat produk kopi yang dihasilkan memiliki tingkat keasaman serta aroma yang pas.





PROFESSIONAL PHOTO COVERAGE



STUDY PHOTOGRAPHY
photo & video project

Capturing the special moments of your day.



Study Photography is a team of professional photographer based in Jakarta, Indonesia. We have covered numerous events and weddings since 2016 and is extremely highly rated. Book an appointment through our instagram today!

Get huge discounts when you book by December 31th, 2020. For a full list of our services and packages, visit our instagram @study_photography

A close-up photograph of a brown civet, the animal used in coffee production, sitting on a branch with several red coffee cherries. The civet is looking towards the camera with its mouth slightly open, showing its teeth. The background is a blurred natural setting.

KOPI LUWAK, MITOS ATAU NYATA...

OLEH RIN HINDRYATI

Suatu hari seorang teman di Amerika tiba-tiba mengirim email. Dengan sangat antusias ia bertanya, 'benarkah ada kopi di Indonesia yang dibuat dari biji kotoran musang?' Adik laki-lakinya saat itu sedang merintis bisnis warung kopi dan es krim di Kanada. Sudah lama katanya ia mendengar mitos kopi jenis ini. Ya, Kopi Luwak itu namanya.

Ketika mendapat email itu saya belum bertemu Pak Lastowo, seorang ADM di perkebunan kopi milik pemerintah yang ada di Banyuwangi, Jawa Timur. Kepada teman tersebut saya katakan, itu hanya mitos walaupun label 'Kopi Luwak' sudah dipakai oleh produsen kopi lokal di Semarang, Jawa Tengah.

Kemudian saya berkesempatan mengunjungi perkebunan kopi di Banyuwangi pada pertengahan 2002 silam saat masih bekerja di koran The Asian Wall Street Journal. Dari Pak Lastowo saya ketahui bahwa kopi luwak bukan mitos tapi nyata adanya. 'Kopi yang berasal dari kotoran luwak adalah kualitas yang terbaik karena luwak hanya makan biji kopi yang betul-betul matang. Ketika biji-biji ini keluar sebagai kotoran luwak ia masih dalam keadaan tertutup dan kering. Jadi tetap aman untuk dikonsumsi,' katanya meyakinkan.

Ia pun menambahkan kopi Luwak ini hanya dihidangkan kepada tamu tertentu misalnya bos perkebunan di sini. Alasannya sederhana saja: jumlahnya amat terbatas dan rasanya sungguh nikmat. Terbatas karena jumlah luwak mulai berkurang.

Ketika itu kami sampaikan kalau kopi luwak di Amerika dijual dengan harga yang sangat tinggi. Kompas baru-baru ini menyebut harga kopi luwak per 500 gram bisa mencapai Rp 9,5 juta rupiah.



Biji Kopi Luwak

Karena luwak tak ditangkarkan, waktu itu mereka sulit memprediksi jumlah kopi luwak yang dapat diproduksi setiap musim panen kopi tiba.

“Kopi ini menjadi langka karena produksinya benar-benar bergantung pada jumlah luwak yang memakan kopi saat panen. Luwak ini hidup liar. Datang hanya saat panen.

Jadi sulit memperkirakan produksi per tahun. Tapi rata-rata kami dapat memproduksi 200 kilogram kopi luwak dari total area perkebunan sekitar 764 hektar,’ kata pejabat tersebut ketika kami wawancarai pada 2002 silam.

Ketakpastian itu yang membuat mereka tak berpikir menjual kopi luwak secara komersil. “Kami suguhkan hanya untuk tamu-tamu khusus, terutama para pejabat perkebunan. Sisanya, sedikit, kami jual ke produsen kopi swasta di Jawa untuk digunakan sebagai essence kopi yang akan mereka produksi.

“Tapi kini karena nilai jual kopi luwak yang tinggi, banyak produsen kopi yang mulai menangkarkan luwak untuk ‘dikerahkan’ saat panen kopi. Sebagian orang percaya kopi luwak yang berasal dari luwak yang ditangkarkan memiliki cita rasa yang berbeda dengan kopi luwak dari luwak liar.

Kopi luwak ini sempat membuat penasaran kawan Amerika saya tadi. Ia ingin tahu seluruh proses sampai kopi luwak terwujud. Ini mencakup bagaimana kopi mulai ditanam sampai buahnya dipetik.

Lalu bagaimana luwak mengkonsumsinya, seperti apa habitat hewan ini di sana, cara perkebunan dan penduduk lokal mendapatkan biji-biji kopi dari luwak, proses produksi biji kopi ‘spesial’ itu, hingga proses akhir yaitu packaging dan delivery. Semakin banyak informasi yang ia dapat di internet tentang kopi yang satu ini kian penasaran dia. Sayang harga jual yang tinggi membuat ia sulit menjual kopi luwak di Amerika.

Kata kawan saya yang keturunan Taiwan ini, masyarakat di sana ternyata belum merasa perlu membayar kopi yang berasal dari kotoran hewan dengan harga tinggi, maka ia pun urung melanjutkan rencana bisnisnya.

Luwak-luwak hanya memakan kopi yang matangnya betul-betul pas, kata seorang kepala kebun saat menemani kami mencari-cari kotoran luwak berbiji kopi, waktu itu. Memang yang saya saksikan di kotoran luwak saat itu adalah biji kopi yang sudah matang betul (berwarna amat merah).

Kopi luwak, menurut mitos yang berkembang di Indonesia, dapat meningkatkan vitalitas. Rasanya sendiri, kata orang yang pernah menyeruput, unik. Artinya, tak dapat ditemukan pada kopi jenis mana pun. Tak mengherankan tentunya. Toh ia dari biji kopi yang telah dicerna di perut luwak.

Anda ingin mencoba rasanya? Silakan saja. Agar tak menunda-nunda, sebaiknya tak perlu dengan banyak pertimbangan seperti para penikmat kopi di Amerika. Mereka sampai sekarang, misalnya, masih saja memperdebatkan apakah cukup higienis mengonsumsi kopi yang notabene berasal dari (biji kopi) kotoran binatang.



HARAPAN BARU, TARGET BARU

OLEH **HILDA ANSARIAH SABRI**

Kalangan pebisnis di industri pariwisata sambut baik pengangkatan pengusaha Sandi Uno sebagai Menparekraf menggantikan Whisnutama Kusubandio." Jelas beliau pebisnis yang mahir dan pelaku ekonomi yang piawai.

Jadi besar harapan kami beliau akan mendobrak kebekuan ekonomi bisnis pariwisata selama pandemi ini " kata Anton Thedy, pemilik TX Travel dengan cabang franchise sebanyak 250 an di tanah air.

Anton bercerita saat berlibur di Tanjung Lesung belum lama ini dan jumpa Sandi Uno bersama dua anaknya yang juga sedang olahraga pagi, Sandi yang mengenalnya langsung mengajak foto bersama.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ketua Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Hariyadi Sukamdani kepada CNBC Indonesia, kemarin, yang juga menyambut baik penunjukan Sandi Uno sebagai Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

"Saya pikir bagus-bagus aja, karena punya background di bidang usaha jadi mudah-mudahan lebih baik," kata Hariyadi.

Mengenai latar belakangnya yang tidak banyak berkecimpung di dunia pariwisata, Haryadi tidak mempermasalahkannya, yang terpenting adalah kemauan dari Menteri tersebut untuk mendengarkan usulan dari pelaku di sektor ini. Termasuk kemudahan berkomunikasi di antara keduanya.

Pemerintah, kata Haryadi, tinggal mendukung, komunikasi lancar, saya rasa Pak Sandi nggak ada masalah. Kita berteman sudah lama. Jadi nggak ada masalah komunikasi. Komunikasi tersebut yang diharapkan bisa menjadi andalan Sandi dalam melayani dunia pariwisata, tambah Haryadi. Sandi sempat menjabat Ketua Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (Hipmi). Salah satu fokus dia saat di Hipmi adalah memberdayakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

6 Perusahaan penting milik Sandiaga Uno di sektor energi & telekomunikasi a.l PT Saratoga Investama Sedaya Tbk, PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk, PT Provident Agro Tbk, PT Adaro Energy Tbk, PT Medco Power Indonesia dan PT Tower Bersama Infrastructure Tbk.

Lewat Bendera PT Recapital Advisors, Sandi diketahui bersama Rosan P Roeslani, Ketua Kadin menjadi pemilik MesaStila, resort hotel yang berlokasi di Desa Losari Kecamatan Grabag, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Hotel ini sebelum tahun 2011 bernama Spa Retreat and Coffee Plantation, berdiri di atas lahan seluas 22 hektar, dan 11 hektar di antaranya merupakan perkebunan kopi.

Sebuah resort menghadirkan nuansa heritage, pesona alam, budaya, wisata kesehatan serta perkebunan kopi yang berada pada ketinggian 680 mdpl dan diapit tujuh gunung, yakni Merapi, Merbabu, Andong, Telomoyo, Ungaran, Sumbing, dan Sindoro.

Tahun 2014, Sandi juga berpengalaman mengelola industri penerbangan meski gagal. Melalui PT Saratoga dia sempat memiliki saham di Tigerair Mandala sebesar 51% hingga akhirnya menghentikan operasional maskapai itu.

Kini sebagai Menparekraf, Sandi Uno berjanji melanjutkan agenda pembangunan terutama di sektor pariwisata dan ekraf yang akan sangat bergantung pada pemulihan kesehatan dari sisi COVID-19 dengan upaya menerapkan prokes yang ketat dan disiplin. kedua tentunya jutaan lapangan pekerjaan yang di sektor pariwisata dan ekraf berjumlah mungkin puluhan juta harus kita selamatkan. Sektor Parekraf ini akan menjadi lokomotif pasca pandemi COVID-19 untuk kita melanjutkan agenda pembangunan di sektor ini dan terus membuka lapangan kerja seluasnya untuk menghadirkan kesejahteraan bagi rakyat Indonesia.

"Terakhir strategi yang mungkin diadopsi adalah strategi inovasi dengan menggunakan teknologi, menggunakan pendekatan big data, pendekatan kekinian untuk memetakan baik dari segi potensi maupun penguatan," kata Sandiaga Uno.

"Kita akan berkolaborasi dengan semua pihak, baik pemerintah pusat, provinsi, Pemkab, akademisi maupun masyarakat dan dunia usaha, teman-teman di Kadin, Hipmi, PHRI. Semoga Allah SWT meridhoi dan memberikan kekuatan kita untuk keluar dari pandemi dan membangun pariwisata dan ekraf yang lebih baik lagi,"

Sumber foto: Lukeyouell

ADVERTISEMENT



**SPACE
AVAILABLE**

**hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id**

KIPRAH SEORANG DIASPORA INDONESIA BERWIRAUSAHA KOPI SPESIALITI DI KANADA

Sumber foto: Goodnewsfromindonesia

Oleh: Bagus Hapsoro

"Kopi yang enak menjernihkan pikiran setiap orang, dan yang lebih penting memberi pelanggan kepuasan", kata Liza pemilik Cafe Coffee Nusa.

Dalam pertemuan bisnis antara para eksportir kopi Indonesia dan importir Kanada tanggal 19 Nopember 2020, terdapat kisah perjuangan diaspora Indonesia membuka usaha kopi. Wirausaha tersebut bernama Liza Wajong. Menetap di Vancouver sejak belasan tahun yang lalu. Saat berbicara dan berbagi pengalaman, maka yang disampaikan adalah: asal muasal kopi serta rasa dan aroma kopi Indonesia yang unik.

"Kopi yang enak menjernihkan pikiran setiap orang, dan yang lebih penting memberi pelanggan kepuasan", kata Liza pemilik Cafe Coffee Nusa.

Setiap barista dan roastery di Kanada ingin menyajikan kopi yang beraroma enak dan bercita rasa bagus. Oleh karena itu masing-masing mempunyai langganan sendiri. Sustainability adalah alasan lain bagi Liza untuk menjual produk kopinya.

Yang dimaksud sustainability adalah hubungan yang berkelanjutan antara petani dan konsumen. Dengan konsep from farm to cup, Cafe Coffee Nusa menghubungkan titik-titik antara petani kopi dengan pembeli.

"Kami bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada kedua belah pihak tentang sumber serta preferensi khusus konsumen dalam perjalanannya dari kebun sampai dihidangkan di cangkir", imbu Liza.

Perdagangan langsung dengan petani kopi dengan pembeli berjalan dengan lancar saat membuka Nusa Cafe pada Januari 2017. Saat ini perusahaan kopi ini juga bekerja sama dengan Koperasi Arinagata - Aceh Gayo dan beberapa mitra lainnya.

Beberapa tips sukses yang Liza bagikan

Perlunya agrowisata

Dalam hal ini Kemlu memandang perlunya kunjungan importir kopi Kanada ke kebun kopi serta koperasi petani atau agrowisata. Kopi adalah minuman yang sudah menjadi bagian dari gaya hidup.

Tidak begitu banyak orang yang tahu atau mau tahu mengenai proses penanaman dan perawatan kopi, dari biji kopi yang dibudidayakan hingga masuk ke dalam mesin penggiling.

Agrowisata mengenai kopi diperlukan untuk mengakomodasi rasa ingin tahu para wisatawan mengenai kopi yang petani produksi. Tetapi, selain untuk kepentingan wisatawan, tentu pusat agrowisata juga dikelola agar terjadi peningkatan perekonomian petani lokal.

Dengan kata lain, selama mengadakan kunjungan wisatawan juga bisa menikmati kopi yang tersedia dan kalau memungkinkan ikut membeli kopi bubuk yang dijual dari kawasan agrowisata.


Beberapa komitmen awal yang telah disepakati

Webinar berakhir dengan catatan positif, dengan komitmen dari Dellysa Prima Indonesia untuk mengekspor 20.000 produk kapsul kopi yang diperkirakan bernilai USD \$ 200.000 ke mitranya di Kanada Barat, Archipelago Inc.

Kesepakatan itu akan membuat Kopi Spesialisasi Indonesia dijual melalui raksasa e-commerce Amazon di seluruh dunia khususnya di wilayah Amerika Utara.

Webinar menyambut baik gagasan untuk memiliki "Pusat Kopi" Indonesia yang berbasis di Vancouver untuk memfasilitasi hubungan bisnis dan mempromosikan kopi spesial di Amazon dan gerai lainnya.





KEDAI KOPI INI MEMBANDROL SATU JENIS KOPI HAMPPIR RP 1 JUTA PER GELAS

Rin Hidryati

Di kota London, Inggris, ada kedai kopi yang membandrol jenis kopi dengan harga fantastis, yakni US\$ 64 atau sekitar Rp 950.000 per gelas. Kopi berjudul 'cup of excellence' ini diklaim sebagai yang termahal di Inggris.

Uniknya lagi, kopi tidak disajikan dalam cangkir seperti lazimnya di kedai-kedai kopi, melainkan dengan gelas anggur kristal yang tinggi. Kapasitasnya lebih banyak sehingga cukup untuk diminum berdua.

Beberapa penikmat kopi rela menempuh perjalanan selama berjam-jam untuk sekadar mencicipi kopi yang digiling dan diseduh langsung para barista profesional di Queens of Mayfair, kedai kopi berkonsep elegan yang lokasinya berada di kawasan mewah di London.

Pemiliknya, Grace dan Victoria Sheppard mengaku kopi ini sangat eksklusif karena didapatkan lewat proses lelang oleh coffee roaster/perusahaan pemanggang kopi Difference Coffee Co. Biji kopi yang digunakan berasal dari Ethiopia dan termasuk jenis kopi langka yang sudah berhasil menyabet berbagai penghargaan.

Biji itu dibeli kembali pada Juni dan dipanggang bulan lalu oleh Difference Coffee, pemanggang kopi yang memasok kopi ke Queens of Mayfair.

Ia juga salah satu dari hanya delapan perusahaan di seluruh dunia yang diundang untuk menawar biji tersebut.

Harga per cangkir kopi ini sudah merupakan harga eceran, sementara harga per kilogram biji kopi ini sekitar £ 2.000 (Rp 38,1 juta). "Target kami tentu saja para pencinta kopi sejati yang memiliki standar selera tinggi," ujar Victoria.

Kedai kopi Queens of Mayfair juga hanya memiliki stok untuk 15 gelas kopi. Pemiliknya mengatakan telah berhasil menjual lebih dari separuh stok yang tersedia.

"Kami memiliki penikmat kopi yang datang kepada kami dari berbagai tempat," katanya sambil menggambarkan kopi ini sebagai "komoditas yang sangat langka".