

ES KAPAL KELAPA MUDA YANG TIDAK PERLU DITAKUTI UNTUK KAUM OBESITAS

Aditya Solichin

Abstrak

Minuman Es Kapal kekinian marak di kalangan anak muda. Persaingan antar kedai usaha minuman tersebut terlihat dari munculnya berbagai penjual es kapal unik. Untuk itu, penulis tertarik untuk meneliti faktor ketertarikan minuman es kapal kekinian terhadap minat beli konsumen kalangan muda. Riset ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dengan teknik purposive sampling, responden diambil dari kalangan muda di Solo raya yang suka minuman es kapal. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang didapat di lapangan ditemukan terdapat beberapa faktor ketertarikan sehingga terdapat minat beli pada kalangan muda yakni faktor tempat yang nyaman, pelayanan yang ramah, faktor rasa yang enak dimana banyak varian, faktor nama lapak dan nama menu yang unik menjadikan ada ketertarikan untuk berminat beli. Di samping itu faktor harga yang cukup terjangkau, kemasan dengan design kreatif serta menarik. Selain itu ditemukan juga adanya faktor pribadi, sosial dan psikologi menjadi salah satu faktor ketertarikan minat membeli minuman kopi kekinian di kalangan muda. Dengan demikian diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pembisnis di bidang kuliner minuman es kapal, serta penelitian selanjutnya dalam meneliti bisnis di bidang ini.

Pendahuluan

Masyarakat sebagai konsumen saat ini memiliki kecenderungan untuk memilih produk pangan yang 'alami', *less process* dan *less additives product*. Selama satu dekade ini pangan sehat dan bergizi tinggi menjadi pilihan yang utama. Kualitas mutu kehidupan dan tren hidup sehat telah memotivasi masyarakat untuk mengonsumsi pangan sehat. Bahan pangan misalnya sayur, buah, susu, dan keju menjadi salah satu pilihan utama untuk dikonsumsi karena berasal dari bahan alam dan kaya akan nilai gizi yang bermanfaat bagi tubuh.

Produk minuman berbasis es kapal di solo masih belum dikembangkan. Produk es kapal yang ada umumnya merupakan hasil santan yang di olah dengan coklat biasa yang dijual dalam bentuk minuman biasa. Produk kami adalah olahan kelapa muda yang dicampur dengan coklat bubuk yang di variasikan dengan serutan kelapa yang telah ada umumnya ditujukan terbatas untuk kalangan orang obesitas agar dapat menikmati es kapal tanpa memikirkan resiko gula yang tinggi. Produk minuman berbasis es kapal ini menggunakan bahan alami minim penggunaan bahan tambahan (perasa, pewarna) sintetis, dan memiliki nilai gizi serta nutrisi tinggi yang baik untuk kesehatan. Es Kapal kelapa muda menjadi salah satu minuman berbasis minuman sehat pertama di solo dan hadir sebagai minuman yang sehat dan khas dengan rasa unik. minuman berupa es kapal kelapa muda juga diharapkan dapat menjadi solusi untuk masalah kesehatan maupun lingkungan.

Metodologi

Riset ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dengan teknik purposive sampling, responden diambil dari kalangan muda di Solo raya yang suka minuman es kapal. Pengertian penelitian kualitatif yaitu jenis penelitian yang temuannya tidak menggunakan statistik ataupun hitungan, tetapi hanya mengungkapkan gejala holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci. (Sugiarto, 2015).

Hasil dan Pembahasan

Es kapal kelapa semakin merupakan modifikasi dari es kapal biasa. Bagi penderita Diabetes menikmati es kapal kelapa merupakan hal yang mustahil, pasalnya mengonsumsi minuman yang berbahan gula mengakibatkan tekanan gula darah mereka akan naik, ini membahayakan kesehatan penderita diabetes. Kandungan gula pada es kapal kelapa tergolong

tinggi karena es kapal kelapa dibuat dari coklat dan gula, hal ini menyebabkan es kapal kelapa tidak dapat dikonsumsi secara terus menerus karena dapat meningkatkan gula darah dan berakhir pada kegagalan organ tubuh. Dengan mengganti bahan dasar gula dan coklat dengan tambahan air kelapa dapat memberikan nilai tambah pada kandungan gizi dan nilai ekonomis dari es kapal kelapa.

Pemilihan air kelapa sebagai alternative pengganti gula ini dikarenakan coklat yang biasanya dibuat dengan rasa buatan. Selain itu air kelapa juga memiliki nilai ekonomis yang tinggi, kita dapat menjumpai air kelapa hampir di setiap daerah di Indonesia dengan harga yang murah, bahkan pada daerah-daerah tertentu air kelapa dianggap sebagai obata. Diharapkan dengan pembuatan es kapal kelapa muda ini dapat memberikan inovasi dalam dunia minuman milenial, dan dapat memberikan alternative bagi para penderita diabetes dan penyakit lain yang tidak dianjurkan untuk mengkonsumsi es kapal coklat sehingga dapat mengkonsumsi es kapal kelapa perlu mengawatirkan kesehatan mereka.

Dilihat dari peluang pasar, konsumen es kapal di surakarta cukup banyak hampir setiap hari toko-toko penjual es kapal ramai dengan pengunjung. Sehingga peluang untuk mendapatkan pelanggan cukup besar, ditambah lagi produk yang kami tawarkan nantinya lebih murah dan memiliki manfaat yang lebih baik. Dari segi harga **ES KAPAL KELAPA MUDA** ini nantinya akan dijual dengan harga Rp. 5.000/es kapal kelapa, jika dibandingkan dengan es kapal kelapa yang brand harganya berkisar Rp. .7000- 10.000/es, tentu saja **ES KAPAL KELAPA MUDA** memiliki harga yang dapat bersaing.

Kesimpulan

Artikel usaha “ES KAPAL KELAPA MUDA” ini dengan tujuan menciptakan generasi muda yang produktif, kreatif dan buat usaha sampingan bagi mahasiswa dalam segi mengembangkan wirausaha dan agar penderita obesitas juga dapat merasakan es kapal kelapa muda. Jiwa usaha bisa di latih semenjak remaja. Dengan menciptakan produk-produk kreatif kita dapat menumbuhkan ekonomi dan menciptakan UMKM yang unggul.

Saran

Agar usaha atau ide kreatif lebih banyak di ciptakan dan mengembangkan es kapal yang dulu nya minuman jadul agar dapat populer kembali dengan berbagai varian rasa, topping isian dan lain sebagainya.

Daftar Pustaka

- M.E Embuscado. “Spices and herbs: natural sources of antioxidants—a mini review,” *Journal of Functional Foods*, vol. 18, pp. 811-819. 2015.
- R.S Chavan, R.C Shraddha, A. Kumarand T. Nalawade. “Whey based beverage: its functionality, formulations, health benefits and applications,” *Journal of Food Processing and Technology*, vol. 10, pp. 1-8, 2015.
- [SND] Self Nutrition Data. “Whey, acid, fluid nutrition fact & calories,” <http://nutritiondata.self.com/facts/dairy-and-egg-products/100/2>. Diakses tanggal 05 September 2016
- Nuraini, M. W., Wahyu, W., Nurjanah, D., Firnanda, D. Y., Fazlurrahman, H., N, M. W., ... Nurjanah, D. (2019). Measuring Intention to buy Air freshener product based on Brand Name, Packaging, Product Quality, Price, and Advertising in Indonesia Measuring Intention to buy Air freshener product based on Brand Name, Packaging, Product Quality, Price, and Adve. *International Journal Of Academic Research in Business & Social Sciences*, 9(7), 470–483. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v9-i7/6139>
- Samodro. (2018). Upaya Meningkatkan Daya Tarik Produk Makanan Dan Minuman Oleh-Oleh Di Tempat Destinasi Wisata Melalui Kajian Tanda Pada Desain Kemasan. *Widyakala*, 5(1), 66–76. Retrieved from http://www.ojs.upj.ac.id/index.php/journal_widya/article/view/102/50

- Sugiama, A. G. (2017). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(November), 1–14. Retrieved from <https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/414>
- Akhriani M, Fadhilah E, & Kurniasari, FN. 2016. Hubungan Konsumsi Minuman Berpemanis dengan Kejadian Kegemukan pada Remaja di SMP Negeri 1 Bandung. *Indonesian Journal of Human Nutrition*, 3(1):29–40. doi:10.21776/ub.ijhn.2016.003.01.4.
- CNBC Indonesia. 2020. *Yuk Teguk Cuan dari Bisnis Minuman Kekinian*. diakses 2 Februari 2020. <https://www.cnbcindonesia.com/investment/20200124194035-23-132640/yuk-teguk-cuan-dari-bisnis-minuman-kekinian>.