

PENDAMPINGAN PRODUKSI TISANE CASCARA DENGAN BERBAGAI VARIAN AROMA PADA UMKM DI KOTA BANDAR LAMPUNG

**Diki Danar Tri Winanti^{1*}, Esa Ghanim Fadhallah¹, Mareli Talaumbanua²,
Agustiansyah³, Maulid Wahid Yusup⁴, Wulan Nur Aisyah¹, Dea Meranda¹, Aji
Satriya¹**

¹ Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

² Teknik Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

³ Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

⁴ Perikanan dan Ilmu Kelautan, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

* (Corresponding Author) E-mail: dikiwinanti@fp.unila.ac.id

Perkembangan Artikel:

Disubmit: 10 Maret 2025

Diperbaiki: 30 Maret 2025

Diterima: 31 Maret 2025

Kata Kunci: *Cascara,
Pendampingan, Produksi,
Tisane, UMKM*

Abstrak: Tisane cascara adalah minuman seduhan yang terbuat dari keringan ceri kopi. Cascara mengandung berbagai komponen bioaktif yang berfungsi sebagai antioksidan untuk mencegah kerusakan sel, darah tinggi, penyakit jantung, diabetes, dan kanker. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah melakukan sosialisasi pembuatan tisane cascara sebagai diversifikasi produk turunan kopi di UMKM CV Nusantara Berkah Jaya Rajabasa Bandar Lampung. Dalam pelaksanaan kegiatan dilakukan penyuluhan tentang proses produksi tisane cascara yang terdiri dari penimbangan, pencampuran bahan, pengemasan, dan pelabelan. Dilakukan pula pendampingan berupa survey pasar produk tisane cascara. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk diketahui mencapai 60%. Evaluasi dilakukan agar produksi dari inovasi tisane kulit kopi ini semakin diterima oleh pasar lokal. Harapannya, peningkatan produksi tisane cascara dapat mendukung peningkatan kesejahteraan pelaku usaha kopi dari hulu hingga hilir.

Pendahuluan

Kopi merupakan hasil perkebunan yang masuk dalam kategori komoditi strategis di Indonesia. Sebagai produsen kopi terbesar ketiga di dunia setelah Brazil dan Vietnam, Indonesia menyumbang sekitar 6% dari produksi total kopi dunia.

Produksi kopi Indonesia telah mencapai 789.000 ton per tahun dan lebih dari 80% berasal dari perkebunan rakyat. Pada tahun 2024, total eksportnya mencapai 342.000 ton (43% total produksi) sehingga menempatkan Indonesia sebagai negara terbesar pengekspor kopi keempat dunia (Andri, 2025). Devisa yang diperoleh dari ekspor kopi dapat mencapai $\pm$ US \$ 824,02 juta (2009), dengan melibatkan $\pm$ 1,97 juta KK yang menghidupi 5 juta jiwa keluarga petani.

Salah satu hasil samping produksi biji kopi adalah buah cerinya. Keringan buah ceri kopi disebut sebagai cascara. Berdasarkan penelitian (Subeki et al., 2019), diketahui aktivitas antioksidan cascara mencapai 93,80% dengan kadar kafein yang sangat rendah yaitu 26,14 mg/L. Kadar kafein cascara tersebut masih lebih rendah daripada kopi yang berkisar antara 36-446 mg (Elfariyanti et al., 2020). Batas maksimum kafein menurut SNI 01-7152-2006 adalah 150 mg/hari dan 50 mg/sajian (Zarwinda dan Sartika, 2018). Oleh karena itu, cascara cocok digunakan sebagai minuman penyegar dengan rasa buah yang masih terasa.

Melihat besarnya jumlah cascara yang diproduksi di Lampung, Tim Pengabdian Unila mendorong UMKM yang bergerak di bidang kopi untuk meningkatkan nilai tambah cascara menjadi tisane cascara dengan berbagai varian aroma. Salah satu UMKM kopi di Bandar Lampung yang menjadi mitra adalah CV Nusantara Berkah Jaya Rajabasa. UMKM ini bergerak di bidang penjualan biji kopi dari para petani di sekitar Lampung serta produksi kopi bubuk.

Pemanfaatan cascara merupakan salah satu upaya untuk mengolah komoditas kopi dengan meminimalisir bahan terbuang (produksi bersih) dan meningkatkan produk hasil sampingnya. Cascara sering dimanfaatkan di Eropa sebagai produk pangan berupa bahan penyegar maupun *food ingredients* (Bondesson, 2015). terbuka lebar. Cascara dapat diperkenalkan melalui kedai-kedai kopi yang semakin banyak merambah pasar lokal. Apabila cascara dipasarkan sebagai produk kompetitif layaknya kopi, tentu peluang peningkatan kesejahteraan petani kopi juga akan semakin besar.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah melakukan sosialisasi pembuatan tisane cascara sebagai diversifikasi produk turunan kopi di UMKM CV Nusantara Berkah Jaya Rajabasa Bandar Lampung. Harapannya, dapat terjalin kerjasama antara Unila dan mitra untuk produksi masal tisane cascara.

Metode

Bahan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu kulit kopi (cascara), enam varian tisane bunga (*chrysanthemum*, *chamomile*, *jasmine*, *rose*, *lemon*, dan *peppermint*), kemasan *pouch*, kemasan *box*, dan stiker label. Alat yang digunakan antara lain timbangan, *sealer*, dan kuesioner.

Metode pendampingan dilakukan dengan penyuluhan terkait produksi tisane

cascara dengan berbagai varian aroma. Pada tahap ini, dilakukan tutorial peracikan tisane cascara, penimbangan, pemasukan ke dalam kantong teh, dan pengemasan dalam *pouch* maupun *box*. Karena proses produksinya cukup sederhana sehingga mudah dipahami oleh mitra, dilakukan tes pasar melalui kuesioner dan wawancara kepada 20 responden awam yang bertemu secara acak. Tujuan tes pasar untuk evaluasi produk bersama mitra agar mitra yakin bahwa produk tersebut prospektif. Hasil tes pasar diolah dengan Microsoft Excel.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan sosialisasi pengembangan produk tisane cascara dilaksanakan di rumah produksi CV Nusantara Berkah Jaya, Rajabasa, Bandar Lampung (Gambar 1). Mitra menyambut baik kegiatan ini sebagai sarana diskusi tentang diversifikasi olahan kopi.



Gambar 1. Kegiatan penyuluhan pengembangan inovasi tisane kulit kopi

Tahapan awal produksi tisane cascara dengan berbagai varian aroma adalah dengan melakukan penimbangan bahan sesuai formula standar. Bahan baku berupa cascara kering mendominasi hingga 80% total bahan tergantung dari bahan lain yang dikombinasikan. Enam varian tisane berupa *chrysanthemum*, *chamomile*, *jasmine*, *rose*, *lemon*, dan *peppermint* ditimbang secara terpisah. Setiap varian bahan memiliki ukuran serbuk dan kekuatan aroma yang berbeda-beda sehingga jumlah bahan varian sudah ditentukan sesuai standar per kemasan kantong teh celup.

Bahan yang sudah diformulasi kemudian dimasukkan ke dalam kemasan primer berupa kantong teh. Cascara yang dicampur dengan satu varian tisane dengan takaran tertentu hingga $\pm 2,5-3$ g/kantong untuk diseduh dalam 250 mL air. Setiap kantong tisane

casara yang diseduh harus menghasilkan rasa yang konsisten.

Proses pengemasan tisane casara dalam kantong teh tersebut dilakukan dengan tenaga manusia (*hand made*) sehingga dilakukan edukasi terkait sanitasi produksi kepada mitra. Mesin semi otomatis atau otomatis untuk pencampuran dan pengemasan yang sesuai dengan kebutuhan produksi diperlukan apabila produksi masal telah tercapai. Bahan dapat langsung dicampur hingga homogen apabila dalam bentuk serbuk. Namun, apabila masih dalam bentuk kelopak bunga kering yang ruah (*bulky*), perlu ketelatenan khusus dari tenaga produksi untuk mengemasnya dalam kantong teh.

Pengemasan dalam kemasan sekunder dilakukan dengan memasukkan kantong teh ke dalam *pouch* maupun *box* (Gambar 2). Setiap varian aroma tisane casara kemudian dikemas dalam *pouch* sebanyak 3 pcs perkemasan. Kemudian, dilakukan *sealing* pada bagian atas *pouch* agar tisane casara terjaga dari udara bebas yang dapat menghilangkan aromanya.

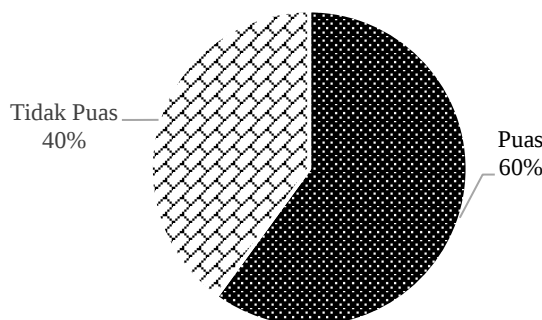
Setiap empat kemasan *pouch* dengan berbagai varian aroma dapat dimasukkan ke dalam kemasan *box* untuk penjualan versi eksklusif atau sebagai oleh-oleh. Setiap *box* tisane casara berisi 12 kantong teh. Setiap *pouch* dan *box* diberi label merk untuk memberi identitas produk. Tisane casara dalam kemasan *pouch* dijual untuk konsumen yang ingin membawanya ke mana saja namun tetap praktis. Setiap *pouch* dijual dengan harga dasar Rp 15.000/pcs. Tisane casara dalam kemasan *box* berisi 12 pcs kantong teh dijual dengan harga dasar Rp 40.000/box untuk sediaan harian.



Gambar 2. Produk tisane casara dengan berbagai varian aroma

Tahapan berikutnya yaitu melakukan tes pasar untuk meyakinkan mitra terhadap penerimaan konsumen terhadap produk. Indikator penilaian yang ditanyakan ke

responden antara lain: rasa, aroma, kesukaan, dan harga produk. Kesimpulan dari berbagai respon yang disampaikan secara deskriptif, secara umum responden dapat menerima produk tisane cascara (Gambar 3).



Gambar 3. Hasil tes pasar terhadap produk tisane cascara

Secara umum responden merasa puas dengan produk tisane cascara. Komentar yang banyak disampaikan yaitu: segar, enak, aroma harum khas bunganya terasa, aroma lembut, manisnya pas, *after taste* tidak pahit, dan *after taste* seperti madu. Banyak responden menekankan keunikan dari tisane cascara yaitu rasa manisnya seperti madu walaupun tidak ada unsur madu pada seduhannya. Aroma dan rasa madu ini kemungkinan adalah pengaruh dari proses fermentasi cascara sebelum dikeringkan.

Responden yang tidak puas dengan produk tisane cascara berpendapat bahwa cascara dan komponen tisane lainnya kurang terasa, masih seperti teh biasa, rasanya kemanisan, aroma kurang kuat, harga yang tinggi, dan kemasan harus diimbangi dengan informasi khasiat atau manfaat yang bisa didapatkan.

Masukan dari responden dan konsumen ini kemudian menjadi bahan evaluasi tim pengabdian dan mitra sehingga dapat disusun *bussines model* yang tepat untuk segmen pasar yang spesifik. Desain awalnya, tisane cascara ditujukan untuk kalangan usia produktif karena dapat diseduh sebagai teman bersantai setelah lelah bekerja. Untuk kalangan muda, produk tisane cascara lebih mudah diterima apabila sudah dalam bentuk minuman kemasan (cair) karena praktis untuk diminum tanpa diseduh. Penyajian dalam keadaan dingin maupun hangat dapat menurunkan tingkat stress. Senyawa bioaktif di dalam varian bahan cascara (misalnya *chamomile*) juga berfungsi sebagai antidepresan sehingga dapat meningkatkan kualitas tidur (Sugiarto, 2020).

Pengemasan produk dalam kemasan teh celup cukup diterima oleh responden. Cara pengemasan ini dimaksudkan untuk mempermudah edukasi produk baru kepada

konsumen. Apabila produk disajikan dalam bentuk curah, sedangkan konsumen belum familiar dengan bentuk cascara dan varian keringan bunga, peluang terjadinya penolakan konsumen terhadap produk akan lebih besar. Oleh karena itu, produk didesain untuk dinikmati kesegaran seduhannya saja tanpa perlu diketahui bentuk bahannya.

Sebagaimana hasil kuesioner, belum banyak konsumen yang mengetahui komoditas cascara sehingga membutuhkan strategi khusus untuk membuat konsumen (terutama di Bandar Lampung) dapat lebih mudah beradaptasi dengan produk baru. Pasar belum terlalu paham cascara berasal dari mana dan tidak tahu bahwa komoditas ini merupakan salah satu produk pangan di Eropa. Bahkan ada responden yang mengatakan bahwa ini adalah teh yang terbuat dari sampah karena yang selama ini diketahui bahwa cascara adalah limbah pascapanen kopi yang dimanfaatkan sebagai pakan ternak. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi tim pengabdian dan mitra untuk mempromosikan produk tisane cascara sekalipun produknya memiliki rasa dan aroma yang khas dan menarik.

Kesimpulan

Pendampingan dan pengembangan inovasi tisane cascara dengan berbagai varian aroma telah dilakukan di UMKM Nusantara Berkah Jaya Bandar Lampung. Hasil survey menunjukkan bahwa 60% responden yang mengikuti tes pasar merasa puas dengan produk tisane cascara dengan kesan yang positif yang disampaikan secara deskriptif. Masih perlu dilakukan evaluasi dan diskusi bersama mitra dalam penyusunan *business model* agar produksi tisane cascara lebih mudah diterima oleh masyarakat dan dapat meningkatkan pendapatan dari UMKM binaan.

Pengakuan/Acknowledgements

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Fakultas Pertanian Universitas Lampung yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini melalui skema DIPA FP Tahun 2024. Terima kasih kepada mitra pengabdian yaitu UMKM Nusantara Berkah Jaya yang telah membantu kegiatan ini dengan sangat kooperatif, serta kepada pihak-pihak terkait yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung.

Daftar Pustaka

Andri, K.B. 2025. Tren 2025: Peluang dan Daya Saing Kopi Indonesia. Diakses pada 27 April 2025 di <https://tanamanindustri.bsip.pertanian.go.id/berita/tren-2025-peluang-dan-daya-saing-kopi-indonesia>

- Bondesson, E. 2015. *A Nutritional Analysis on The By- Product Coffee Husk and Its Potential Utilization in Food Production*. (Skripsi). Swedish University of Agricultural Sciences. Uppsala. 22 pp.
- Elfariyanti, Silviana, E., Santika, M. 2020. Analisis kandungan kafein pada kopi seduhan warung kopi di Kota Banda Aceh. *Lantanida Journal*, 8(1): 1-95
- Subeki, Winanti, D.D.T., Nauli, P., Rahmawati, S.H.
Kandungan Polifenol Dan Kualitas Cascara (Teh Ceri Kopi) Fine Robusta sebagai Rintisan Perusahaan Pemula Berbasis Teknologi. *Prosiding Semnas Tektan Polinela 2019*, 7 November 2019, Bandar Lampung.
<https://repository.lppm.unila.ac.id/16681/1/Subeki-Template SEMNAS%20%2815%29-good.pdf>
- Sugiarto, I. 2020. Efektivitas Chamomile (*Matricaria chamomilla*) terhadap Peningkatan Kualitas Tidur Lansia. *Jurnal Medika Utama*, 2(1): 407-411.
- Zarwinda, I. dan Sartika, D. 2020. Pengaruh suhu dan waktu ekstraksi terhadap kafein dalam kopi. *Lantanida Journal*, 6(2): 103-202