

Angkringan Kopi Joss Sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi Kota Yogyakarta Dan Kondisinya Akibat Pandemi Covid-19

Haritsah Kusumaningrum¹⁾, Dyah Wahyuning Tyas²⁾, Pipin Kusumawati³⁾
Program Studi D3 Perhotelan, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta^{1,2,3)}
Jl. Ahmad Yani, Ringroad Timur, No.52, Pelem Mulong, Banguntapan, Bantul, DIY
E-Mail: haritsah@stipram.ac.id

Abstrak

Salah satu budaya kuliner yang lekat dengan mahasiswa dan Yogyakarta adalah warung angkringan. Angkringan berasal dari bahasa Jawa "angkring" yang berarti duduk santai dengan kaki di angkat di kursi (nangkring). Salah satu minuman yang khas di angkringan Kota Yogyakarta ini adalah Kopi Joss. Penyajian kopi hitam dengan memasukkan bara arang ke dalamnya dan menimbulkan bunyi "jooosss", sehingga kopi ini terkenal dengan nama kopi joss. Munculnya wabah Covid-19 telah memberikan dampak buruk bagi usaha angkringan di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi daya tarik wisata gastronomi angkringan kopi joss di Kota Yogyakarta dan untuk mengetahui mitos terkait manfaat kopi joss. Survey lapangan dilakukan selama masa new normal. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dengan pengolahan data primer dan sekunder. Data diperoleh melalui survey, wawancara, dan observasi. Alat analisis statistik yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah adalah analisis regresi yang didukung dengan uji validitas dan reliabilitas. Hasil temuan dari penelitian ini terdapat lima faktor yang mempengaruhi minat wisata gastronomi angkringan kopi joss yaitu daya tarik, minuman, saran, julukan, dan Covid-19. Temuan kedua membuktikan bahwa mitos khasiat penambahan arang tidak hanya bermanfaat bagi tubuh tetapi wisatawan juga menyadari akan bahaya serta adanya kandungan senyawa karsinogenik pada arang yang dimasukkan dalam kopi joss. Hal itu tidak mengurangi minat wisatawan untuk menikmati kopi joss.

Kata kunci : angkringan kopi joss, daya tarik wisata, gastronomi

Angkringan Kopi Joss As Yogyakarta's Gastronomic Tourist Attractions And Its Condition Due To The Covid-19 Pandemic

Abstract

One of the culinary cultures that are attached to students and the city of Yogyakarta is warung angkringan. Angkringan comes from the Javanese language "angkring" which means to sit back and relax. Angkringan serving black coffee by inserting hot charcoals into it, a process that has given the name "jooosss", taken from the sound of the charcoal when it makes contact with the coffee. The emergence of the Covid-19 outbreak has had an adverse impact on angkringan businesses in Yogyakarta. This study aims to discover the factors that have influenced the gastronomic tourism attraction of Kopi Joss in Yogyakarta and discuss the myths related to these joss coffees. The data from this research was gathered using field surveys during the new normal. This research is descriptive quantitative with primary and secondary data processing. Data was obtained through surveys, interviews, and observations. The statistical analysis was also employed by using regression analysis supported by validity test and reliability. Our research concluded that five factors influenced the interest on angkringan Kopi Joss: attractiveness, beverages, advice, nicknames, and Covid-19. Regarding the myth of Kopi Joss, we found that many visitors believe that the efficacy of charcoal addition is beneficial for the body. Many visitors are also aware of the side-effect of carcinogenic compounds in charcoal included in joss coffee, but it does not reduce their interest.

Keywords: angkringan kopi joss, tourist attraction, gastronomic, coffee

PENDAHULUAN

Salah satu hal yang kerap menjadi daya tarik wisata dari Yogyakarta adalah kuliner

khas. Dewasa ini fungsi makanan tidak hanya sebagai pemenuhan kebutuhan fisiologis saja tetapi juga sebagai penambah pengalaman dari tujuan wisata, menawarkan peluang untuk

Naskah diterima: 2021-09-06, direvisi: 2022-01-11, disetujui: 2022-01-13

<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah>

belajar tentang budaya setempat melalui masakan lokal. Makanan lokal dapat menjadi pintu gerbang kepada suatu budaya baru, sehingga mampu mengarahkan pengunjung untuk belajar tentang budaya masyarakat lokal (Wijaya et al., 2016). Hasil penelitian UNWTO pada tahun 2017 menunjukkan bahwa dari 77 responden yang diambil berbagai organisasi pariwisata di dunia, mayoritas 87% mengatakan bahwa gastronomi adalah elemen khas dan strategis dalam menentukan citra dan *brand* mereka. Sisa 13% responden lainnya menjawab motif utama wisata adalah untuk mengunjungi teman dan kerabat (UNWTO, 2017).

Kopi Joss merupakan minuman khas warung angkringan Kota Yogyakarta. Istilah Kopi Joss didapat dari bunyi arang panas yang dimasukkan ke dalam kopi dan menimbulkan bunyi "jooosss". Banyak mitos berkembang terkait minuman kopi Joss baik dari manfaatnya maupun ketertarikan wisatawan terhadap minuman khas tersebut. Angkringan pada awalnya berasal dari Klaten, khususnya Cawas yang kemudian dibawa ke Jogja oleh Mbah Pairo pada tahun 1950-an. Pada awalnya Mbah Pairo memperkenalkan angkringan bukan dalam bentuk gerobak dorong akan tetapi berupa pikulan khas Klaten yang dikenal sebagai '*hik*' yang dijajakan di halaman Stasiun Tugu Jogja. Pada tahun 1969 bisnis angkringan dilanjutkan oleh Lik Man yang merupakan kerabat Mbah Pairo, yang akhirnya hingga kini bertahan berjualan di trotoar Jl. Wongsodirjan, sebelah Utara Stasiun Tugu (Mangalandum, 2011). Pada perkembangan berikutnya, menu kopi joss juga diadopsi oleh angkringan lain yang berada di wilayah Kota Yogyakarta.

Pandemi *Covid-19* memberikan dampak luas terhadap perekonomian dan berbagai bidang lain, tidak terkecuali pariwisata. Pembatasan sosial berdampak pada sepihnya kedatangan wisatawan, bahkan beberapa saat pariwisata sempat benar-benar terhenti. Hal ini mengakibatkan berbagai macam usaha terkait pariwisata mengalami penurunan bahkan gulung tikar. Salah satu usaha yang terdampak adalah pedagang angkringan.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penelitian terkait angkringan kopi joss menarik untuk dilakukan. Penelitian ini untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi daya tarik wisata gastronomi angkringan kopi joss, disamping itu juga untuk mengetahui pengaruh mitos khasiat kopi joss terhadap minat wisatawan.

KAJIAN PUSTAKA

Daya Tarik Wisata

Menurut Undang-undang no.10 tahun 2019 wisata merupakan sebuah kegiatan perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dengan maksud untuk mendapatkan kesenangan, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan tempat dengan cara mengunjungi suatu daya tarik wisata baik yang dilakukan oleh seseorang maupun sekelompok orang (Pemerintah Indonesia, 2009). Sedangkan daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu baik berupa ciptaan Tuhan maupun hasil karya manusia yang memiliki keunikan, keindahan, dan makna tertentu sehingga menarik minat orang untuk berkunjung dan menikmati keberadaannya (Sugiarto, 2016). Pengertian lain daya tarik wisata merupakan sesuatu yang dapat menarik seseorang menuju kesuatu destinasi dan merupakan alasan utama bagi seseorang yang melakukan kegiatan pariwisata, yakni ada sesuatu yang bisa dilihat, sesuatu yang bisa dikerjakan, atau sesuatu yang bisa dibeli (Soekadijo, 2000).

Wisata Gastronomi

Fungsi utama makanan pada dasarnya adalah memenuhi kebutuhan fisiologis manusia. Perkembangan zaman telah membuat makanan tidak hanya sebagai syarat hidup manusia tetapi telah menjadi kebutuhan untuk mencari pengalaman baru bagi para wisatawan karena makanan lokal mampu menawarkan peluang untuk belajar tentang budaya suatu tempat. Dapat dikatakan bahwa makanan lokal telah menjadi daya tarik atau pintu gerbang wisatawan mengenal suatu budaya lokal, dan seperti apa penduduk asli yang mendiami suatu tempat (Wijaya et al., 2016).

Istilah "wisata gastronomi" yang digunakan oleh Anne-Mette Hjalager dan Greg Richards mirip dengan "wisata kuliner", yakni sama-sama memiliki unsur perjalanan ke arah makanan. Disiplin baru tersebut mengakui gastronomi dan pariwisata sebagai budaya dinamis suatu populasi manusia (Long, 2016).

Wisatawan gastronomi merasakan pengalaman indera yang lengkap, terutama dalam hal rasa, yang melalui makanan, wisatawan merasa lebih terikat dengan lingkungan di tempat yang mereka kunjungi. Wisatawan gastronomi secara umum diartikan sebagai individu yang tertarik untuk

mempelajari cara membuat dan mau merasakan masakan lokal (Derinalp Çanakçı, 2020). Gastronomi adalah bagian dari sejarah budaya, sosial, lingkungan, serta sejarah ekonomi suatu bangsa. Hal ini karena gastronomi mencerminkan gaya hidup tertentu dari suatu wilayah yang berbeda, memperkuat tradisi di daerah pedesaan dan modernitas di daerah perkotaan, karena gastronomi merupakan sesuatu yang mengakar pada budaya dan tradisi suatu tempat (Jiménez-Beltrán et al., 2016).

Tujuan gastronomi adalah menjaga kesehatan tubuh dengan asupan makanan bergizi sekaligus menikmati hidup melalui makanan yang dibuat dalam lingkungan higienis dan disajikan dengan visual menarik (Guzel & Apaydin, 2016). Indonesia yang memiliki sumberdaya alam dan budaya yang sangat kaya dan berpotensi besar jika lebih fokus pada wisata kuliner untuk memperkuat daya tarik pengunjung internasional. Indonesia memiliki lebih dari 485 kelompok etnis, yang masing-masing memiliki makanan lokal dengan karakteristik yang berbeda-beda sehingga membuat masakan nasional Indonesia memiliki variasi bahan baku dan rasa. Terdapat ribuan makanan lokal yang dapat memperkuat posisi Indonesia sebagai negara tujuan wisata (Wijaya et al., 2016). Hal penting dalam pengembangan wisata gastronomi adalah masyarakat mempertahankan kuliner lokal yang berasal dari daerah setempat (Sormaz et al., 2016). Produk kuliner lokal berkaitan dengan batas geografis dan dipahami sebagai hasil dari daerah setempat, bahan-bahannya tidak didatangkan dari wilayah lain (Guzel & Apaydin, 2016).

Angkringan Kopi Joss

Angkringan berasal dari kata "angkring" yang artinya duduk santai, boleh mengangkat kaki ke kursi. Saat berada di angkringan, semua orang dari berbagai latar belakang dapat duduk dan membicarakan apa saja ditemani secangkir kopi, teh poci, wedang jahe, nasi kucing dan aneka gorengan yang dapat diambil sendiri. Pengunjung dapat menikmati suasana malam di Yogyakarta dengan santai tanpa adanya prasangka karena siapa saja (tanpa batasan SARA) dapat menikmati Angkringan. Sajian seduhan khas kopi pada Angkringan di kota Yogyakarta adalah Kopi Joss, yakni seduhan kopi tubruk yang dicelupkan arang membara. Kopi Joss didapat dari bunyi arang panas yang dimasukkan ke dalam kopi. Disisi lain arang

dipercaya dapat menetralkan asam yang ada di dalam kopi dan membuatnya menjadi lebih nikmat (Gumulya & Helmi, 2017).

METODE PENELITIAN

Kota Yogyakarta terdiri dari 14 Kemantren, yakni Danurejan, Gedongtengen, Gondokusuman, Gondomanan, Jetis, Kotagede, Kraton, Mantrijeron, Mergangsan, Ngampilan, Pakualaman, Tegalrejo, Umbulharjo, dan Wirobrajan. Penelitian ini akan mencakup empat belas kemantren yang diasumsikan setiap kemantren ada penjual Angkringan Kopi Joss. Setiap kemantren akan diambil empat Angkringan Kopi Joss yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini. Tiap Angkringan Kopi Joss akan diambil data sepuluh responden dan seorang penjual Angkringan Kopi Joss, sehingga total responden yang akan dilibatkan dalam penelitian ini adalah 280 orang. Data yang didapatkan kemudian dianalisis dengan beberapa metode, yaitu: (a) Uji Validitas digunakan untuk mengetahui apakah pertanyaan pada suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut (Utama & Mahadewi, 2012), (b) Uji Reliabilitas adalah suatu cara untuk melihat apakah alat ukur dan hal ini adalah daftar pertanyaan, konsisten atau tidak (Utama & Mahadewi, 2012), Uji Regresi bertujuan untuk memprediksi suatu persamaan dari dua variabel, baik variabel dependen maupun variabel bebas (Utama & Mahadewi, 2012), (d) Deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan suatu fenomena di masyarakat.

Penelitian ini menggunakan analisis statistik untuk membuktikan secara empiris terkait beberapa pendapat penikmat angkringan terhadap ketersediaan Kopi Joss pada angkringan di Kota Yogyakarta. Data pengambilan sampel di lapangan diuji dengan metode validitas untuk mengukur sah valid tidaknya suatu kuesioner. Selanjutnya dilakukan pengujian analisis statistik dengan metode model regresi linear berganda (*multiple regression*). Penelitian ini menggunakan perbandingan nilai probabilitas statistik dengan taraf signifikansi 5 % (*confidence level 95%*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Validitas Dan Reliabilitas Daya Tarik Angkringan Terhadap Minat Pengunjung

Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Atau secara singkat suatu faktor dikatakan valid apabila memiliki r-hitung lebih tinggi atau sama dengan r-tabel.

Terdapat sebelas faktor yang diuji dalam pengujian validitas daya tarik angkringan terhadap minat pengunjung ini, yaitu **pendidikan**, **tujuan** datang ke angkringan, **jumlah ulangan kunjungan**, **daya tarik**, **jarak** tempat tinggal dengan angkringan, **jenis minuman** yang dipesan, **jenis makanan** yang dipesan, **kesan** terhadap angkringan, **saran** untuk pengelola angkringan, **julukan** Kota Jogja dan alasan pengunjung tetap mengunjungi angkringan pada masa **Covid-19**.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Daya Tarik Angkringan Terhadap Minat Pengunjung

Faktor	r-hitung	r-tabel
Pendidikan	0,211	0,113
Tujuan	0,487	0,113
Jumlah Ulangan Kunjungan	0,230	0,113
Daya tarik	0,325	0,113
Jarak	0,375	0,113
Minuman	0,480	0,113
Makanan	0,291	0,113
Kesan	0,423	0,113
Saran	0,210	0,113
Julukan	0,469	0,113
<i>Covid-19</i>	0,443	0,113

Sumber : Data diolah 2020

Hasil perhitungan r-hitung terhadap semua faktor diatas menunjukkan bahwa r-hitung lebih tinggi daripada r-tabel. Hal tersebut membuktikan bahwa seluruh faktor adalah valid. Dapat pula dikatakan bahwa semua faktor dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur dalam penelitian ini.

Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk memperoleh informasi yang dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data yang sebenarnya di lapangan. Kuesioner

dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pertanyaan tersebut stabil dari waktu ke waktu. Berikut adalah rumus uji reliabilitas:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r₁₁: reabilitas yang dicari

n: jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$: jumlah varians skor tiap-tiap item

σ_t^2 : varians total

Tinggi rendahnya reliabilitas secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Angkringan Terhadap Minat Pengunjung

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.373	.404	11

Sumber : Data diolah 2020

Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai reliabilitas (Alpha Cronbach) mendekati angka 1. Jika Alpha > 0,90 maka reliabilitas sempurna. Jika Alpha antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi. Jika Alpha antara 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat. Jika Alpha < 0,50 maka reliabilitas rendah. Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel. Berdasarkan hasil pengolahan data yang diolah pada Tabel 2, nilai Alpha Cronbach sebesar 0,373 < 0,5, maka dinyatakan bahwa reliabilitas rendah.

Analisis Validitas dan Reliabilitas Penambahan Arang Panas Terhadap Minat Pengunjung

Terdapat 8 faktor yang diuji dalam pengujian validitas penggunaan arang panas terhadap minat pengunjung ini, yaitu fungsi arang panas sebagai penstabil **suhu kopi**, fungsi arang panas sebagai **penghangat tubuh**, fungsi arang panas sebagai penambah **citarasa**, **keunikan** penggunaan arang panas, fungsi arang panas sebagai **penyerap racun**, fungsi arang panas untuk **menurunkan kadar kafein**, **bahaya** mengkonsumsi arang panas,

efek samping arang panas sebagai **senyawa karsinogenik**.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Penambahan Arang Panas Terhadap Minat Pengunjung

Faktor	r-hitung	r-tabel
Suhu_kopi	0,586	0,113
Penghangat tubuh	0,577	0,113
Citarasa	0,462	0,113
Unik	0,545	0,113
Penyerap racun	0,692	0,113
Kadar kafein turun	0,603	0,113
Bahaya	0,492	0,113
Senyawa karsinogenik	0,522	0,113

Sumber : Data diolah 2020

Hasil perhitungan r-hitung terhadap semua faktor diatas menunjukkan bahwa r-hitung lebih tinggi daripada r-tabel. Hal tersebut membuktikan bahwa seluruh faktor adalah valid. Dapat pula dikatakan bahwa semua faktor dalam kuesioner mendukung bahwa penambahan arang panas dalam minuman kopi joss memang menarik minat pengunjung.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Angkringan Terhadap Minat Pengunjung Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.550	.709	8

Sumber: Data diolah 2020

Jika Alpha > 0,90 maka reliabilitas sempurna. Jika Alpha antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi. Jika Alpha antara 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat. Jika Alpha < 0,50 maka reliabilitas rendah. Berdasarkan hasil pengolahan data yang diolah pada Tabel 4, nilai Alpha Cronbach sebesar 0,550 > 0,5, maka dinyatakan bahwa reliabilitas moderat.

Berdasarkan hasil analisis validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa pertanyaan-makanan, kesan, saran, julukan dan Covid-19 signifikan berpengaruh terhadap minat daya

pertanyaan dalam kuesioner cukup dapat mengungkapkan keadaan yang sebenarnya bahwa penambahan arang panas berpengaruh terhadap minat pengunjung pada saat mengunjungi Angkringan Kopi Joss.

Analisis Regresi

Adapun pendapat penikmat kopi melalui beberapa faktor yang mendorong daya tarik wisata gastronomi di Angkringan Kopi Joss meningkat. Faktor-faktor tersebut adalah pendidikan, tujuan, daya tarik, jarak, minuman, makanan, kesan, saran, julukan dan Covid-19.

Faktor-faktor tersebut di atas, diuji signifikansi secara statistik terhadap minat daya tarik wisata gastronomi yang dilihat dari sudut pandang pengetahuan pelanggan sebagai responden berdasarkan jumlah ulangan kunjungan di angkringan Kopi Joss. Adapun model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$\text{Jumlah ulangan kunjungan} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{ pendidikan} + \alpha_2 \text{ tujuan} + \alpha_3 \text{ daya tarik} + \alpha_4 \text{ jarak} + \alpha_5 \text{ minuman} + \alpha_6 \text{ makanan} + \alpha_7 \text{ kesan} + \alpha_8 \text{ pesan} + \alpha_9 \text{ julukan} + \alpha_{10} \text{ Covid-19} + \varepsilon_t$$

Keterangan:

$$\alpha_0, \alpha_1, \dots, \alpha_{10} = \text{Nilai koefisien parameter}$$

$$\varepsilon_t = \text{error term.}$$

Berdasarkan nilai R-squared (koefisien determinasi) yang sebesar 0,133 atau 13,3 % menyatakan bahwa terdapat 13,3 %. Semua faktor (pendidikan, tujuan, daya tarik, jarak, minuman, makanan, kesan, saran, julukan dan Covid-19) mampu menjelaskan secara signifikansi memiliki pengaruh terhadap minat daya tarik wisata gastronomi Kopi Joss, sedangkan 86,7% (100% - 13,3%) dijelaskan adanya faktor lain diluar model regresi linear tersebut. Artinya bahwa faktor-faktor tersebut bukan alasan utama orang menikmati sajian di Angkringan Kopi Joss, akan tetapi Angkringan Kopi Joss dinikmati karena menciptakan nuansa santai dan nyaman bersama teman-teman di malam hari sambil menikmati makanan dan minuman.

Nilai probabilitas F-statistik sebesar 0,000 < 0,05 (= 5%) artinya bahwa secara bersama-sama semua faktor (meliputi pendidikan, tujuan, daya tarik, jarak, minuman,

tarik wisata gastronomi di Angkringan Kopi Joss. Hal ini mendukung analisis koefisien

determinasi 13,3%.

Jika dianalisis secara parsial berdasarkan perbandingan nilai probabilitas t-statistik dengan taraf signifikansi 5% (confidence level 95%), dari ke-11 faktor-faktor tersebut terdapat 5 faktor yang secara parsial atau individu signifikan terhadap minat daya tarik wisata gastronomi di Angkringan Kopi Joss, yaitu: (1) Daya tarik, dengan nilai probabilitas t-statistik sebesar $0,019 < 0,05$ (= 5%) berarti bahwa daya tarik secara signifikan berpengaruh negatif terhadap jumlah ulangan kunjungan (minat daya tarik wisata gastronomi), (2) Minuman, dengan nilai probabilitas t-statistik sebesar $0,031 < 0,05$ (= 5%) berarti bahwa minuman secara signifikan berpengaruh negatif terhadap jumlah ulangan kunjungan (minat daya tarik wisata gastronomi), (3) Saran, dengan nilai probabilitas t-statistik sebesar $0,009 < 0,05$ (= 5%) berarti bahwa saran secara signifikan berpengaruh positif terhadap jumlah ulangan kunjungan (minat daya tarik wisata gastronomi), (4) Julukan, dengan nilai probabilitas t-statistik sebesar $0,000 < 0,05$ (= 5%) berarti bahwa julukan Kota Yogyakarta signifikan berpengaruh positif terhadap jumlah ulangan kunjungan (minat daya tarik wisata gastronomi), (5) Covid-19, dengan nilai probabilitas t-statistik sebesar $0,002 < 0,05$ (= 5%) berarti bahwa pandemi Covid-19 berpengaruh negatif terhadap jumlah ulangan kunjungan (minat daya tarik wisata gastronomi).

Daya tarik wisata gastronomi pada angkringan Kopi Joss diamati secara signifikan bahwa minuman menjadi salah satu daya tarik wisata gastronomi bila berkunjung ke Jogja, terutama bagi penikmat kopi yang senantiasa memberikan kesan berbeda-beda pada setiap kesempatan. Tidak hanya di kafe-kafe tetapi sampai pada usaha kecil berupa angkringan bahwa kopi menjadi istimewa. Keistimewaan angkringan kopi memiliki kekhasan yang berbeda-beda. Angkringan Kopi Joss menyediakan kopi yang mana pada penyajiannya memberikan keunikan dengan memasukkan arang panas dalam minuman kopi tersebut. Keunikan tersebut diamati dalam penelitian ini melalui analisis secara statistik terkait beberapa pendapat penikmat kopi tersebut yang biasa mereka sebut dengan Kopi Joss. Adapun pendapat penikmat kopi melalui beberapa indikator bahwa arang menjadi layak untuk dikonsumsi sebagai minuman. Indikator tersebut antara lain: (1) Arang panas menjaga suhu kopi tetap panas (indikator **suhu kopi**), (2) Kopi Joss menghangatkan tubuh orang yang

meminumnya (indikator **penghangat tubuh**), (3) Arang panas memberikan citarasa khas pada kopi (indikator **citarasa**), (4) Kopi Joss memiliki sensasi bunyi yang unik menyenangkan (indikator **unik**), (5) Arang panas dalam Kopi Joss menyerap racun dalam tubuh (indikator **menyerap racun**), (6) Arang dalam Kopi Joss dapat menurunkan kadar kafein dalam kopi (indikator **kadar kafein turun**), (7) Arang dalam Kopi Joss membahayakan kesehatan manusia (indikator **senyawa karsinogenik**). Berdasarkan indikator tersebut, maka diuji secara statistik signifikansi terhadap minat daya tarik wisata gastronomi yang dilihat dari sudut pandang pengetahuan pelanggan berdasarkan jumlah ulangan kunjungan di Angkringan Kopi Joss. Adapun model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$\text{Jumlah ulangan kunjungan} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{ suhu kopi} + \alpha_2 \text{ penghangat tubuh} + \alpha_3 \text{ citarasa} + \alpha_4 \text{ unik} + \alpha_5 \text{ penyerap racun} + \alpha_6 \text{ kadar kafein turun} + \alpha_7 \text{ bahaya} + \alpha_8 \text{ senyawa karsinogenik} + \varepsilon_t$$

Keterangan:

$$\alpha_0, \alpha_1, \dots, \alpha_8 = \text{Nilai koefisien parameter}$$
$$\varepsilon_t = \text{error term.}$$

Analisis statistik dari hasil pengolahan data para penikmat angkringan atas pendapat mengenai Kopi Joss adalah sebagai berikut: (1) Berdasarkan nilai R-squared (koefisien determinasi) yang sebesar 0,072 atau 7 % menyatakan bahwa terdapat 7 % semua faktor indikator (suhu kopi, penghangat tubuh, citarasa, unik, menyerap racun, kadar kafein turun, bahaya, senyawa karsinogenik) mampu menjelaskan secara signifikansi memiliki pengaruh terhadap minat daya tarik wisata gastronomi Kopi Joss, sedangkan 93% (100% - 7%) dijelaskan faktor lain diluar model regresi linear tersebut. Artinya bahwa dari semua faktor indikator tersebut bukan utama alasan orang menikmati Kopi Joss di angkringan, akan tetapi Kopi Joss dinikmati karena menciptakan keunikan akan cara menikmati kopi yang tidak biasa dilakukan hanya sekadar sajian minuman kopi biasa; (2) Nilai probabilitas F-statistik sebesar $0,008 < 0,05$ (= 5%) secara bersama-sama semua faktor signifikan berpengaruh terhadap minat daya tarik wisata gastronomi di Angkringan Kopi Joss. Hal ini mendukung analisis koefisien determinasi 7%; (3) Jika dilihat analisis secara parsial masing-masing indikator Kopi Joss berdasarkan perbandingan nilai probabilitas t-statistik dengan taraf signifikansi 5% (confidence level 95%), dari

ke- 8 indikator tersebut terdapat 2 indikator yang secara parsial atau individu signifikan terhadap minat daya tarik wisata gastronomi di Angkringan Kopi Joss, yaitu: (a) Arang dalam Kopi Joss membahayakan kesehatan manusia, dengan nilai probabilitas t-statistik sebesar $0,053 < 0,05$ (= 5%) berarti bahwa arang dalam Kopi Joss membahayakan kesehatan manusia signifikan berpengaruh positif terhadap lama kunjungan (minat daya tarik wisata gastronomi), (b) Arang dalam Kopi Joss mengandung senyawa karsinogenik, dengan nilai probabilitas t-statistik sebesar $0,051 < 0,05$ (= 5%) berarti bahwa arang dalam Kopi Joss mengandung senyawa karsinogenik signifikan berpengaruh negatif terhadap lama kunjungan (minat daya tarik wisata gastronomi).

Berdasarkan analisis data, tujuan penelitian ini menghasilkan dua temuan, yaitu: pertama adalah temuan terkait faktor yang mempengaruhi minat daya tarik wisata gastronomi dan yang kedua adalah temuan terkait mitos seputar kopi joss.

Daya Tarik Angkringan

Penelitian ini pada awalnya direncanakan untuk dilaksanakan pada bulan April 2020. Akan tetapi akibat adanya pandemi Covid-19 membuat setiap kota melakukan pembatasan besar-besaran dari 1 Maret hingga 30 Juni 2020. Pada saat penelitian dilakukan pada bulan Agustus-September 2020 bahkan hingga tulisan ini dibuat, Yogyakarta masih berstatus Darurat Covid-19. Hal ini tentu saja sangat berpengaruh terhadap jumlah wisatawan lokal dan juga jumlah penjual Angkringan sebagai objek penelitian yang masih bertahan pada masa pandemi ini.

Dari empat belas kemantren yang ada di Kota Yogyakarta hanya ada sepuluh kemantren yang didalamnya terdapat Angkringan Kopi Joss, yaitu Danukusuman, Gedongtengen, Gondokusuman, Gondomanan, Jetis, Kotagede, Kraton, Mantrijeron, Pakualaman dan Umbulharjo dengan total jumlah responden 19 Angkringan Kopi Joss yang masih bertahan. Sedangkan pada empat kemantren lainnya yaitu Mergangsan, Ngampilan, Tegalrejo dan Wirobrajan tidak ditemui penjual Angkringan Kopi Joss. Informasi dari warga sekitar sebelum pandemi Covid-19 banyak penjual Kopi Joss di sekitar mereka. Akan tetapi akibat Pandemi Covid-19 sangat sedikit wisatawan yang mengunjungi Kota Yogyakarta telah membuat omzet harian para penjual Angkringan Kopi Joss merugi dan memaksa mereka gulung tikar.

Pemerintah Kota menyadari eksistensi angkringan sebagai gaya hidup mahasiswa

Jogja dan daya tarik wisata sehingga memberi ruang kepada para pedagang angkringan. Peluang ini dimanfaatkan pula oleh para kaum elit dengan membuka angkringan versi elit yang menawarkan berbagai fasilitas yang tidak dimiliki oleh angkringan rakyat. Akan tetapi orang-orang yang berkantung cekak seperti mahasiswa atau para seniman muda tetap memilih angkringan rakyat yang murah-meriah demi memenuhi kebutuhan makannya (Mangalandum, 2011).

Sebanyak 43,9 % responden mengaku telah berkunjung ke Angkringan Kopi Joss lebih dari 10 kali sedangkan yang baru pertama kali mengunjungi Angkringan Kopi Joss juga cukup banyak, sekitar 21%. Hal ini menunjukkan Angkringan Kopi Joss tetap mampu menjadi daya tarik wisata, baik kepada pengunjung awam maupun pengunjung setianya.

Daya tarik secara signifikan berpengaruh negatif terhadap jumlah ulangan kunjungan (minat daya tarik wisata gastronomi) yang artinya adalah semakin tinggi daya tarik, minat semakin turun. Hal tersebut terjadi karena suasana yang terlalu ramai membuat orang malas datang ditambah lagi dalam kondisi pandemi.

Minuman

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minuman kopi joss negatif terhadap jumlah ulangan kunjungan, yang berarti semakin sering minum maka minat berkunjung turun. Hal tersebut sebab semakin konsumen merasa puas terhadap suatu minuman, maka tingkat minat untuk kembali ke tempat penjual minuman tersebut semakin turun. Pada kondisi ini minuman kopi joss merupakan minuman pilihan, diantara menu lain (bukan satu-satunya pilihan).

Saran perbaikan untuk angkringan Kopi Joss

Temuan penelitian menunjukkan bahwa saran membangun angkringan menjadi lebih baik. Semakin banyak saran, maka minat semakin tinggi. Saran yang baik/positif memunculkan minat berkunjung.

Responden diminta pendapat terkait hal yang perlu diperbaiki pada angkringan Kopi Joss agar layak menjadi ikon wisata Jogja. Sebanyak 47,3% berpendapat bahwa pengamen perlu ditertibkan. Sesekali didatangi pengamen mungkin bisa dimaklumi. Akan

tetapi apabila pengamen datang berkali-kali jelas dapat menjadi gangguan yang mengurangi kenyamanan para pengunjung. Hal ini diungkapkan oleh Hartono dan Wijanarti (2020) ramainya suasana angkringan Kopi Joss dapat berarti dua hal yang bertolak belakang, bisa ramai karena sajian makanan dan minumannya yang enak tetapi dapat pula keramaian tersebut disebabkan banyaknya pengamen yang datang. Hal tersebut akan mempengaruhi pengunjung secara emosi hingga menjadikan pengunjung malas berada di sana.

Hal kedua yang mendapat perhatian pengunjung adalah masalah kebersihan. Sebanyak 22,7% pengunjung menyarankan kepada pengelola angkringan Kopi Joss agar lebih memperhatikan kebersihannya, baik kebersihan tempat maupun higienitas makanannya. Sementara hasil penelitian Kurniawan dan Suryani (2019) menjelaskan bahwa secara aspek personal hygiene, fasilitas sanitasi, sarana kebersihan, penerapan hygiene sanitasi dan ketersediaan sarana kebersihan secara rata-rata cukup memenuhi standar.

Julukan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa julukan berpengaruh positif terhadap minat. Semakin ada julukan, maka minat semakin tinggi, semakin ingin datang dan mencoba. Julukan yang baik/positif memunculkan minat berkunjung. Seperti yang terdapat pada bait puisi Joko Pinurbo, Jogja terbuat dari rindu, pulang, dan angkringan (Pinurbo, 2019). Perilaku konsumen dalam pemilihan angkringan Kopi Joss tidak dapat lepas dari perasaan 'dekat' dengan angkringan tersebut, terutama bagi konsumen lama yang ingin merasakan lagi nostalgia dengan masa lalu. Sebab untuk angkringan kopi joss cara pemasarannya adalah *getok tular* (dari mulut ke mulut).

Covid-19

Covid-19 berpengaruh negatif terhadap minat yang artinya semakin tinggi *Covid-19*, maka semakin sedikit pengunjung angkringan kopi joss. Pandemi *Covid-19* membuat kunjungan ke angkringan Kopi Joss menurun, ditambah aturan pemerintah yang membuat masyarakat membatasi aktivitas di luar rumah. *Covid-19* diperkirakan menghilangkan 850 juta - 1,1 milyar kedatangan turis internasional, 910 juta hingga 1,1 trilyun pendapatan ekspor dan 100-120 juta pekerjaan, tergantung pada apakah pembatasan dibuka pada bulan Juli,

September atau Desember karena pembatasan sudah diberlakukan sejak April 2020 (*United Nations Conference on Trade and Development, 2020*). Namun, pengunjung angkringan merasa yakin terhadap keamanan di angkringan Kopi Joss dengan melihat protokol kesehatan telah diterapkan oleh pemilik angkringan, yaitu dengan menyediakan tempat cuci tangan dan menggunakan masker. Hal ini tentu saja memberikan minimal 3 dampak positif, yakni disatu sisi meningkatkan kesadaran hygiene dan sanitasi pedagang angkringan dan pengunjungnya di sisi lain merupakan upaya pencegahan penyebaran *Covid-19* sekaligus memberikan rasa aman kepada para pengunjung dari ancaman penyebaran *Covid-19* sehingga pengunjung tetap bisa menikmati sajian dan suasana Angkringan Kopi Joss di masa pandemi ini.

Penambahan Arang Panas dalam Kopi Joss

Pada dasarnya masyarakat penikmat kopi di angkringan Kopi Joss menyadari bahwa arang dalam kopi merupakan keunikan minum kopi yang masih diragukan apakah arang yang digunakan memang sesuai standar layak konsumsi atau hanya sekadar strategi penjual untuk memasarkan keunikan gastronomi bagi penikmat kopi. Bukti tersebut dinyatakan pelanggan Angkringan Kopi Joss bahwa secara statistik signifikan menyatakan bahwa arang dalam Kopi Joss membahayakan kesehatan manusia berpengaruh positif terhadap minat daya tarik wisata gastronomi, artinya tingkat bahaya pada arang Kopi Joss yang tinggi justru malah meningkatkan daya tarik wisata gastronomi. Begitu pula sebaliknya. Hal ini membuktikan bahwa ada kesadaran pelanggan Kopi Joss yang memang dipahami akan manfaat Kopi Joss, namun sensasi dari kenikmatan angkringan sebagai daya tarik wisata membuat pelanggan tertarik berwisata gastronomi di Angkringan Kopi Joss.

Sedangkan arang dalam Kopi Joss mengandung senyawa karsinogenik berpengaruh negatif terhadap minat daya tarik wisata gastronomi di Angkringan Kopi Joss, artinya semakin tinggi arang Kopi Joss mengandung senyawa karsinogenik maka akan semakin turun minat daya tarik wisata gastronomi di Angkringan Kopi Joss, begitu pula sebaliknya, semakin rendah arang Kopi Joss mengandung senyawa karsinogenik, maka akan semakin meningkat minat daya tarik wisata gastronomi di Angkringan Kopi Joss. Terdapat 182 dari 280 orang yang setuju bahwa arang panas dalam Kopi Joss mengandung senyawa karsinogenik.

Berdasarkan survei terhadap 280 orang responden pengunjung angkringan Kopi Joss, sebanyak 76% pengunjung setuju bahwa arang panas menjaga suhu kopi tetap panas. Sebanyak 78% pengunjung berpendapat bahwa Kopi Joss mampu menghangatkan tubuh orang yang meminumnya dan 76% pengunjung juga berpendapat bahwa arang panas yang dicelupkan dalam kopi memberikan citarasa dan bunyi yang unik dan khas pada minuman.

Pendapat responden terkait arang panas dalam Kopi Joss mampu menyerap racun dalam tubuh, hasilnya adalah 62 % responden setuju dan sangat setuju sedangkan sisanya yaitu 38% menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Fauzan (2016) menganalisis arang kayu dalam kopi joss sebagai adsorben yang dilakukan dengan penentuan angka serap iodium dengan metode titrasi iodometri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa arang kayu dalam kopi joss adalah adsorben yang baik karena memiliki angka serap iodium sebesar 83%.

Pendapat responden terkait arang panas dalam Kopi Joss mampu menurunkan kadar kafein dalam kopi, hasilnya adalah 63 % responden setuju dan sangat setuju sedangkan sisanya yaitu 37% menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hasil penelitian Fauzan (2016) terhadap kopi, minuman kopi mengandung 68,78mg/100ml sedangkan Kopi Joss mengandung 55,13 mg/100ml. Adsorpsi kafein secara optimal terjadi pada menit ke-40 dengan kafein yang terserap sebesar 20,15 mg/100ml.

Pendapat responden terkait dengan pernyataan bahwa arang panas dalam Kopi Joss mengandung senyawa karsinogenik, hasilnya adalah 67 % responden setuju dan sangat setuju sedangkan sisanya yaitu 33% menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Menurut Badolato et al. (2006) proses pengeringan dan pemanggangan biji kopi sendiri bertanggung jawab terhadap kontaminasi benzo[α]pyrene. Benzo[α]pyrene banyak diteliti karena bersifat karsinogenik, genotoksik dan mutagenik terhadap hewan percobaan maupun manusia. Terzi et al., (2008) membandingkan benzo[α]pyrene yang ada pada kebab Turki yang dimasak menggunakan arang dan menggunakan gas. Dari masing-masing 20 sampel, didapatkan bahwa rata-rata kadar benzo[α]pyrene adalah 24,2 μ g/kg pada daging kebab yang dimasak menggunakan arang dan 5,7 μ g/kg pada daging kebab yang dimasak menggunakan gas. Enam belas sampel yang diuji terbukti

mengandung benzo[α]pyrene diatas ambang batas yang ditetapkan oleh FAO/WHO yakni 10 μ g/kg. Hal ini membuktikan bahwa arang mengandung senyawa benzo[α]pyrene yang dapat saja berbahaya terhadap kesehatan manusia karena sifatnya karsinogenik.

Responden diminta pendapat terkait arang panas dalam Kopi Joss dapat membahayakan kesehatan manusia, hasilnya adalah 60 % responden setuju dan sangat setuju sedangkan sisanya yaitu 40% menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Kesimpulan yang diambil dari respon pengunjung Angkringan Kopi Joss terhadap manfaat ataupun dampak arang panas yang dicelupkan ke dalam minuman kopi adalah sebagian besar responden mengetahui bahwa arang mengandung senyawa karsinogenik yang dapat menjadi penyebab kanker akan tetapi disisi lain mereka pun mengetahui manfaat mengonsumsi Kopi Joss adalah dapat menurunkan kadar kafein dalam minuman kopi. Dengan demikian mereka memiliki dua kemungkinan: sebagian responden penikmat kopi akan tetap memilih Kopi Joss sebagai minuman mereka sedangkan responden lain yang bukan penikmat kopi akan lebih memilih minuman selain kopi semisal wedang susu, tape, wedang jahe, atau minuman lainnya.

PENUTUP

Berdasarkan pengamatan dan pengolahan data dapat disimpulkan bahwa minat wisata gastronomi Angkringan Kopi Joss diukur dari faktor daya tarik, minuman, saran, julukan, dan Covid-19. Dari kelima faktor tersebut, faktor minuman terutama kopi joss menjadi keunikan bagi penikmat kopi di angkringan kopi joss. Namun, arang dalam kopi masih menjadi keraguan apakah arang tersebut sudah sesuai standar, layak konsumsi, atau hanya sekedar strategi penjual memasarkan keunikan kopi. Bukti tersebut dinyatakan oleh responden dalam penelitian ini bahwa arang dalam kopi joss membahayakan kesehatan manusia. Hal ini terbukti dari tingkat bahaya dari arang yang digunakan justru malah meningkatkan minat wisata gastronomi. Namun, sensasi dari kenikmatan angkringan membuat responden tertarik untuk mencoba kopi joss. Adapun kandungan senyawa karsinogenik dalam kopi joss semakin tinggi akan mengakibatkan menurunnya wisata gastronomi di angkringan kopi joss, begitu pula sebaliknya. Hal ini dibuktikan 182 dari 280 orang responden setuju bahwa arang panas

dalam kopi joss mengandung senyawa karsinogenik.

DAFTAR PUSTAKA

- Badolato, E. S. G., Martins, M. S., Aued-Pimentel, S., Alaburda, J., Kumagai, E. E., Baptista, G. G., & Rosenthal, A. (2006). Systematic study of benzo[a]pyrene in coffee samples. *J. Braz. Chem. Soc.*, 17(5), 989–993.
- Derinalp Çanakçı, S. (2020). The Typology of Gastro Tourists: A Study on Foreign Tourists Visiting Turkey. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 718–728. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.574>
- Fauzan, A. (2016). *Kajian fisikokimia penambahan arang kayu pada minuman tradisional "Kopi Joss."* Universitas Gadjah Mada.
- Gumulya, D., & Helmi, I. S. (2017). Kajian Budaya Minum Kopi di Indonesia. *Dimensi*, 13(2), 153–172. <https://trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/index.php/dimensi/article/viewFile/1785/1545>
- Guzel, B., & Apaydin, M. (2016). Gastronomy Tourism: Motivations and Destinations. In C. Avcikurt, M. S. Dinu, N. Hacıoglu, R. Efe, A. Soykan, & N. Tetik (Eds.), *Global Issues and Trends in Tourism* (Issue November, pp. 294–404). St. Kliment Ohridski University Press.
- Indonesia, P. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*.
- Jiménez-Beltrán, F. J., López-Guzmán, T., & Santa Cruz, F. G. (2016). Analysis of the relationship between tourism and food culture. *Sustainability (Switzerland)*, 8(5). <https://doi.org/10.3390/su8050418>
- Kurniawan, D., & Suryani, D. (2019). Analisis Hygiene Sanitasi Makanan Dan Minuman Pada Angkringan Kopi Joss Di Sepanjang Jalan Wongsodirjan Gedongtengen Yogyakarta. *Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan UAD, Yogyakarta*, 15(1), 70–81. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JKK>
- Long, L. M. (2016). Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics. *Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics*, 1–8. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-6167-4>
- Mangalandum, S. (2011). Angkringan Jogja Ruang Kota dan Gaya Hidup yang Terus Berubah. *Psikologi Dan Arsitektur*, 161–167.
- Pinurbo, J. (2019). *Surat Kopi*. Grasindo.
- Soekadijo, R. G. (2000). *Anatomi pariwisata: memahami pariwisata sebagai "systemic linkage."* Gramedia Pustaka Utama.
- Sormaz, U., Akmes, H., Gunes, E., & Aras, S. (2016). Gastronomy in Tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39(November 2015), 725–730. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30286-6](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30286-6)
- Sugiarto, E. (2016). *Pengantar Ekowisata*. Khitah Publishing.
- Terzi, G., Çelik, T. H., & Nisbet, C. (2008). Determination of benzo[a]pyrene in Turkish doner kebab samples cooked with charcoal or gas fire. *Irish Journal of Agricultural and Food Research*, 47(2), 187–193.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2020). *Covid-19 and Tourism* (Issue July).
- UNWTO. (2017). Affiliate Members Global Report, Volume 16 – Second Global Report on Gastronomy Tourism. In *Affiliate Members Global Report, Volume 16 – Second Global Report on Gastronomy Tourism*. <https://doi.org/10.18111/9789284418701>
- Utama, I. G. B. R., & Mahadewi, N. M. E. (2012). *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. CV. Andi Offset.
- Wijaya, S., Morrison, A., Nguyen, T.-H., & King, B. (2016). Exploration of Culinary Tourism in Indonesia: What Do the International Visitors Expect? *The 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia*, 374–379. <https://doi.org/10.2991/atf-16.2016.56>