



INTERNATIONAL JOURNAL OF
MODERN TRENDS IN
SOCIAL SCIENCES
(IJMTSS)
www.ijmtss.com



**CIRI PENGELUARAN DAN KEPELBAGAIAN PRODUK
BERASASKAN AGROPELANCONGAN KOPI DI TENOM, SABAH**

*PRODUCTION CHARACTERISTICS AND VARIATION OF COFFEE-BASED
AGRITOURISM PRODUCTS IN TENOM, SABAH*

Najwa Musain Musli @ Thomas^{1*}, Jabil Mapjabil²

¹ Institut Kajian Orang Asal Borneo (BorIIS), Universiti Malaysia Sabah
Email: najwa.musain@gmail.com

² Institut Kajian Orang Asal Borneo (BorIIS), Universiti Malaysia Sabah
Email: jabil@ums.edu.my

* Corresponding Author

Article Info:

Article history:

Received date: 15.11.2020

Revised date: 24.11.2020

Accepted date: 02.12.2020

Published date: 09.12.2020

To cite this document:

Musli, N. M., & Mapjabil, J. (2020). Ciri Pengeluaran dan Kepekabagaian Produk Berasaskan Agropelancongan Kopi di Tenom, Sabah. *International Journal of Modern Trends in Social Sciences*, 3 (14), 149-161.

DOI: 10.35631/IJMTSS.3140012

This work is licensed under [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Abstrak:

Pekan Tenom adalah sinonim dengan produk kopi yang menjadi salah satu destinasi tarikan agropelancongan yang popular di Sabah. Namun begitu, kesistimewaan produk kopi Tenom yang menjadi ramai tarikan pengunjung adalah kurang diketahui. Untuk itu, penelitian terhadap ciri pengeluaran dan kepekabagaian produk berasaskan agropelancongan kopi ini adalah relevan dan wajar untuk dikaji, bagi mengetahui keistimewaan produknya serta jenis produk yang ditawarkan oleh mereka. Secara khususnya, kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti ciri pengeluaran dan kepekabagaian produk agropelancongan kopi di daerah Tenom, Sabah. Kajian ini mengaplikasikan kaedah kualitatif dengan menemu bual penyelia kilang industri Fatt Choi. Teori pendefinisian agropelancongan adalah diaplikasikan untuk menentukan definisi agropelancongan kopi Tenom berdasarkan tarikan yang ditawarkan. Dapatan kajian menunjukkan pengeluaran jenis kopi adalah berdasarkan kesesuaian iklim yang panas di daerah Tenom. Jenis kopi Robusta dan Arabika merupakan kopi yang sesuai dengan keadaan di daerah tersebut. Pihak pengusaha agropelancongan kopi turut menghasilkan pelbagai jenis perisa kopi. Selain daripada penghasilan produk minuman, agropelancongan kopi Tenom turut menwujudkan tarikan lain seperti kafe, ladang kopi, cabin dan cottage. Sebagai rumusannya, agropelancongan kopi Tenom mempunyai potensi yang besar untuk terus membangun bagi mempromosikan ia sebagai destinasi agropelancongan yang berdaya saing sekali gus mampu meningkatkan pendapatan di samping memberi manfaat sampingan kepada komuniti setempat.

Kata Kunci:

Pengeluaran, Kepelbagaian produk, Agropelancongan, Kopi

Abstract:

Tenom town is synonymous with coffee products for which it became one of Sabah's most popular agritourism destinations. However, the specialty of the Tenom coffee product that has attracted a lot of visitors is unknown. Therefore, research on the production characteristics and variation of these products based on coffee agritourism is relevant and worth investigating, in order to understand the specialties of the products and the types of products they offer. Specifically, this study aimed to identify the production characteristics and variation of coffee agritourism products in the Tenom district of Sabah. This study applied qualitative methods by interviewing factory supervisor in the Fatt Choi coffee industry. The theory of the definition of agritourism is applied to determine the definition of agritourism of Tenom coffee based on the attractions offered. The findings show that coffee production is based on the warm climate in the Tenom area. The Robusta and Arabica coffee varieties are coffee that suits the region. The coffee industry also produces a variety of coffee flavors. In addition to producing beverage products, Tenom coffee agrotourism has created other attractions such as cafes, coffee farms, cabins, and cottages. In conclusion, Tenom coffee agritourism has the potential to grow to promote it as a competitive agritourism destination that can increase income while also benefiting the local community.

Keywords:

Production, Product Variation, Agritourism, Coffee

Pengenalan

Agropelancongan atau agritourism dikenali sebagai *agritainment* iaitu *agri (agriculture)* dan *tainment (entertainment)*. Berpandukan ciri-ciri utama agropelancongan di Tennessee, ahli Tennessee Agritourism Initiative mendefinisikan agropelancongan sebagai aktiviti, perusahaan atau perniagaan. Pada tahun tahun 1930-an dan 1940-an iaitu selepas tamatnya Perang Dunia II, kebanyakan rakyat Amerika Syarikat mencari peluang untuk melepaskan diri dari tekanan yang dihadapi dari kejadian perang tersebut. Rakyat Amerika mula untuk melawat kawasan pertanian bagi mendapatkan ketenangan serta melepaskan tekanan diri dari kawasan bandar (Bruch, 2005).

Kesannya, agropelancongan menjadi salah sebuah kegiatan yang terpenting dalam dunia pada masa ini bagi menjana pendapatan para petani dan peniaga dalam sektor pertanian (Bruch, 2005). Pada masa ini, agropelancongan bukan sahaja setakat memperlihatkan pertanian sebagai pelancongan, malah kegiatan tersebut memberi manfaat untuk memperkenalkan ilmu dalam bidang pertanian mengenai kaedah penanaman sesuatu tanaman. Begitu juga dengan aspek lain seperti sosial dan kewangan (The National Agricultural Law Center, 2019). Dalam sektor agropelancongan, ladang berserta tanaman dan ternakan adalah salah satu tarikan paling penting (Majewski, 2000). Oleh sebab itu, tarikan tersebut menjadi penyumbang utama dalam pendapatan ekonomi agropelancongan. Agropelancongan turut lebih banyak digunakan secara konvensional untuk produk dan perkhidmatan, yang berkaitan secara langsung dengan persekitaran pertanian, produk pertanian dan jenis penginapan ladang.

Kegiatan tersebut melibatkan untuk pelancong tinggal di persekitaran, melakukan lawatan pendidikan, aktiviti rekreasi atau menjual produk pertanian dan produk buatan sendiri (Sznajder et al., 2009). Jelaslah, di samping kegiatan pertanian, perkhidmatan dan produk agropelancongan menjadi sumber untuk pendapatan ekonomi.

Tiraieyari (2012) menjelaskan dalam kajian beliau, Malaysia mempunyai potensi besar untuk membangunkan tarikan semulajadi agropelancongan dan pelbagai jenis produk pertanian sebagai tradisi pedalaman. Sebaiknya, jika melakukan kajian terhadap agropelancongan Malaysia, ia dapat menjadi panduan kepada masyarakat untuk merebut peluang dalam meningkatkan pendapatan ekonomi. Menurut Shubi (2007), sumbangan sektor pertanian dalam peningkatan sektor pelancongan tidak boleh diambil mudah. Oleh sebab itu, sektor pertanian menjadi aset yang penting dalam pelanconga negara. Agropelancongan sebagai konsep baru semakin popular di Malaysia sejak negara ini kaya dengan sumber pertanian. Maka dengan itu, Malaysia perlu menitikberatkan lagi kajian agropelancongan terutama sekali mengenai ciri pengeluaran serta kepelbagaian produk agar dapat mengenalpasti di samping memenuhi kehendak sebenar pengunjung.

Permasalahan Kajian

- i) Keistimewaan produk kopi Tenom yang menjadi ramai tarikan pengunjung adalah kurang diketahui.
- ii) Penyelidikan mengenai ciri pengeluaran dan kepelbagaian produk berasaskan agropelancongan kopi di Tenom, Sabah adalah masih kurang.

Objektif Kajian

- i) Menenal pasti ciri pengeluaran produk yang wujud berasaskan agropelancongan kopi di Tenom, Sabah.
- ii) Meneliti kepelbagaian produk berasaskan agropelancongan kopi di Tenom, Sabah.

Konsep dan Tinjauan Literatur

Agropelancongan seperti yang didefinisikan oleh Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani Malaysia (2011) ditakrifkan sebagai salah satu sektor pertanian yang mempunyai asas seperti tanaman, penternakan, perikanan dan Industri Asas Tani (IAT). Claessens (2015) mendefinisikan produk sebagai apa-apa sahaja yang boleh ditawarkan untuk tujuan perhatian, pemilikan serta penggunaan bagi memenuhi kehendak dan keperluan pengguna. Takrif produk tidak semestinya menunjukkan sesuatu objek yang nyata, malah objek bukan secara fizikal turut boleh menjadi takrifan produk. Perkara ini termasuklah seperti perkhidmatan, idea, acara atau organisasi.

Berdasarkan kajian Norudin et al. (2015) yang meneliti sama ada hubungan antara pembinaan yang terdapat di kawasan agropelancongan mempunyai potensi dalam memberikan kesan baik terhadap alam sekitar serta sosial di Cameron Highlands. Kajian ini mendapati hubungan antara kemudahan dan alam sekitar adalah bersifat sederhana. Kebanyakan pelancong kurang berpuas hati dengan kemudahan asas yang disediakan dan isu tersebut memberi kesan yang besar dengan potensi Cameron Highlands sebagai kawasan agropelancongan yang terkenal di Malaysia. Melalui kajian Schilling dan Sullivan (2014) iaitu ciri-ciri yang terdapat di ladang New Jersey. Model Logit digunakan dalam kajian untuk melihat pengaruh ladang dan ciri pengendali, serta lokasi dan pemboleh ubah ruang dalam kebarangkalian untuk ladang dalam aktiviti agropelancongan. Kajian mendapati terdapat pembangunan aktiviti rekreasi seperti lawatan, mendaki dan pemburuan. Dataset banci pertanian yang digunakan dalam kajian ini

menunjukkan ladang di New Jersey belum boleh digelar sebagai sebuah kawasan agropelancongan. Walau bagaimanapun, kajian lanjut masih lagi diperlukan.

Kajian Malkhanti (2011) memilih lima lokasi agropelancongan yang mempunyai potensi untuk memberikan kesan positif terhadap masyarakat sekitar. Kebanyakan dari kelima-lima daerah tersebut mempunyai penduduk yang bekerja sebagai petani. Hasil kajian mendapati para petani masih kurang terdedah dengan pengurusan perniagaan. Oleh itu, hal ini menjadi potensi yang besar untuk perniagaan mereka menjadi agropelancongan yang berjaya sekiranya pendidikan dan latihan diberikan. Seterusnya, Ghosh (2014) meneliti tentang kualiti pemprosesan dan proses pengeringan biji kopi. Kajian ini meneliti kualiti dalaman biji kopi yang telah dikeringkan. Setelah meneliti peratusan kelembapan biji kopi sebelum dan selepas proses pengeringan, kajian dapat menyimpulkan kedua-dua langkah tersebut adalah amat penting untuk menjamin keselamatan makanan.

Metodologi

Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif dengan menjalankan temu bual terhadap informan iaitu penyelia kilang Fatt Choi bagi mendapatkan data atau maklumat mengenai isu yang dikaji. Kemudian, kaedah pemerhatian turut digunakan bagi mendapatkan gambaran berkaitan dengan ciri pengeluaran dan kepelbagaian produk kopi untuk tujuan pengukuhan maklumat.

Kajian ini turut menggunakan kaedah analisis iaitu dengan melakukan analisis transkripsi verbatim. Analisis ini dijalankan bagi mencatat semula maklumat melalui rakaman temu bual daripada informan kepada bentuk teks sebagai hasil kajian. Selain itu, kajian ini menggunakan pendekatan analisis kandungan pelbagai sumber yang diperolehi di lokasi kajian untuk mengukuhkan lagi hujah dan perbincangan kajian.

Dapatan dan Perbincangan

Ciri Pengeluaran Produk Berasaskan Agropelancongan Kopi

Jenis Biji Kopi yang Ditanam

Terdapat tiga jenis biji benih kopi yang ditanam iaitu kopi Robusta, Arabika dan Blue Mountain. Biji benih kopi Robusta menjadi pilihan utama Fatt Choi bagi kerana terdapat ciri-ciri yang bersesuaian dengan iklim di daerah tersebut. Berikut merupakan hasil temu bual dengan penyelia kilang Fatt Choi;

Di sini kami tanam kopi jenis Robusta, Arabika dengan itu... Blue Mountain. Tapi yang paling bagus itu Robusta sebab dia tahan... Tida mati kalau kemarau. Lagipun dia sesuai dengan tanah macam di Tenom ni. Dia tengok cuaca, hujan...

(Informan 1, 44 tahun)

Daerah Tenom memiliki bentuk muka bumi yang landai dan berbukit. Fatt Choi memilih Kopi Robusta sebagai jenis kopi yang diusahakan di daerah tersebut. Hal ini kerana kopi Robusta tumbuh subur di kawasan yang mempunyai ketinggian bentuk muka bumi yang agak rendah dengan suhu yang optimum (Coffee Research, 2006). Jika dibandingkan dengan jenis kopi yang lain seperti Arabika, ia memerlukan suhu yang rendah iaitu di bawah 10°C dan 16-24 °C. Kopi Jamaica Blue Mountain pula memerlukan keadaan yang sejuk dan lembap (Espresso

Coffee Guide, 2019). Kedua-dua kopi tersebut tidak bersesuaian dengan yang terdapat di daerah Tenom.



Foto 1: Pokok Kopi Robusta

Penjagaan Pokok Kopi

Berdasarkan temu bual dengan penyelia kilang Fatt Choi, proses penjagaan pokok kopi terutamanya pokok kopi yang baru ditanam dan sedang membesar memerlukan kawasan yang redup bagi memastikan tumbesaran yang baik. Menurut penyelia kilang Fatt Choi;

*Tanam, taru baja... kalau masa keci, dia mau tempat yang teduh.
Selalunya kami tanam pokok pisang untuk kasi teduh tu pokok
kopi...*

(Informan 1, 44 tahun)

Meskipun penanaman pokok kopi Robusta memerlukan iklim yang panas, kelembapan tanah juga perlu dijaga agar air dapat dibekalkan untuk pertumbuhan pokok kopi (Pohlan, 2010). Penanaman pokok pisang yang digunakan oleh pekebun Fatt Choi adalah berfungsi untuk mengelakkan pancaran matahari secara terus terhadap pokok kopi agar tidak kehilangan kelembapan dalam tanah. Di samping itu, pokok pisang dapat dimanfaatkan dengan mengutip hasil buahnya. Pernyataan ini adalah selari dengan kajian Fatimah (2018) yang melakukan pertanian sawit secara integrasi. Aktiviti pertanian tersebut bukan sahaja menumpukan perhatian terhadap satu tanaman, malah ia mencadangkan untuk melakukan penanaman integrasi dengan tanaman yang lain seperti pisang, nenas dan cili sebagai pendapatan tambahan.

Keluasan Ladang Kopi

Hasil kajian menunjukkan keluasan ladang yang diusahakan oleh pihak Fatt Choi adalah kecil iaitu hanya setengah ekar sahaja. Ladang ini digunakan untuk tujuan kunjungan paparan pelancong sahaja. Ladang untuk paparan pelancong dan ladang sebenar adalah diasingkan. Ladang sebenar mempunyai aktiviti pertanian kopi dan mempunyai keluasan yang lebih besar dari ladang paparan pelancong. Menurut penyelia kilang Fatt Choi;

*Dalam setengah ekar... tapi itu yang untuk kasi tengok
pelancong. Kami ada ladang yang untuk kasi tengok pelancong.
Ladang yang sebenar yang di atas tu... yang sini ni tida banyak*

*pokok dia... untuk kasi tengok pelancong ja... kalau pelancong
datang, kami kasi tengok yang itu saja la...*

(Informan 1, 44 tahun)



Foto 2: Ladang Kopi Yang Disediakan Khusus Untuk Pengunjung

Ladang kopi merupakan sebahagian dari tarikan dalam agropelancongan. Melalui kajian Kleidas (2010), jenis tarikan pelancongan adalah dikelaskan kepada empat dan ladang paparan Fatt Choi adalah jenis tarikan pengunjung buatan manusia yang bertujuan untuk menarik pelancong. Sebuah ladang disediakan bagi pengunjung melihat dan mempelajari berkenaan dengan penanaman dan penjagaan kopi. Ladang tersebut digelar sebagai 'ladang kopi palsu'.

Asal Jenis Kopi yang Ditanam

Pengkaji turut meneliti tentang sumber asal pokok kopi yang ditanam di kawasan Fatt Choi. Informan menyatakan pokok kopi yang ditanam di ladang tersebut adalah berasal dari negara luar iaitu dari kawasan Afrika Timur. Benih kopi yang ditanam adalah diimport masuk sejak dahulu lagi untuk ditanam di Malaysia. Penyelia kilang Fatt Choi menjelaskan seperti berikut;

*Bukan dari sini tu... dari Afrika Timur... dari... Venezuela,
Ethopia... ah... banyak lagi la. Tapi yang pasti dari sana la. Kena
import pigi sini...*

(Informan 1, 44 tahun)

Berdasarkan sejarah asal usul kopi Robusta, pada mulanya kopi tersebut tumbuh secara liar di negara Afrika iaitu di kawasan Barat Afrika sehingga Tasik Victoria. Ia didapati ditanam di Afrika Barat, Zaire yang dikenali sebagai Republik Kongo, Sudan, Uganda, Barat Laut Tanzania dan Angola. Pada asalnya, kopi tersebut digunakan untuk upacara keagamaan rakyat Afrika. Kopi Arabika pula tidak dinikmati oleh semua lapisan masyarakat dan hanya dinikmati oleh golongan kaya pada abad ke-15. Ia kemudiannya mengalami penyebaran ke negara lain sehingga akhirnya ia diimport oleh paderi Perancis ke Kenya (Taketay, 1999). Benih kopi yang ditanam oleh Fatt Choi adalah diimport dari negara lain yang kemudiannya ditanam di kawasan ladang mereka. Penyelia kilang Fatt Choi juga ada menyatakan syarikat mereka mendapatkan benih kopi tersebut dari negara Brazil.



Foto 3: Biji Kopi Yang Dikeringkan Untuk Tujuan Pameran

Kelebihan Biji Kopi

Penyelia kilang Fatt Choi turut menyatakan tentang kelebihan biji kopi berdasarkan sifat dan manfaatnya dari aspek kesihatan. Kopi bukan sahaja menjadi hidangan untuk diminum, malah ia mempunyai kelebihan yang lain dan jarang diketahui oleh orang ramai. Penyelia kilang Fatt Choi menyatakan;

Kalau dari segi aroma dia... aroma dia wangi... kalau tu Arabica asam tu... Robusta tida asam... kalau dari segi kesihatan... yang saya tau... dia kasi lambat penyakit Parkinson... sama dia mengenyangkan... kasi turun selera makan juga tu... selain tu dia kasi bagi tenaga...

(Informan 1, 44 tahun)

Di samping rasa kopi yang sedap dan unik untuk setiap jenis kopi yang berbeza, pengguna kopi cenderung untuk meminum kopi disebabkan manfaat terhadap kesihatan. Selain itu, sesuatu jenama juga merupakan sesuatu yang diambil kira oleh pengguna kopi (Mohd Zaffrie, 2016). Hal ini dapat dikaitkan dengan pengunjung yang datang untuk merasai kopi Tenom adalah disebabkan ingin merasai jenama kopi iaitu kopi Fatt Choi atas sebab populariti jenama kopi tersebut di Malaysia. Ia ada memiliki persamaan dengan kajian Harith (2013) yang menekankan pentingnya rupa bentuk sesuatu produk. Pengeluar hendaklah mereka sesuatu bentuk bungkusan dengan baik agar dapat menarik minat pembeli.



Foto 4: Produk Minuman Kopi Yang Digemari Oleh Pengunjung

Proses Biji Kopi untuk Dijadikan Sebagai Suatu Produk

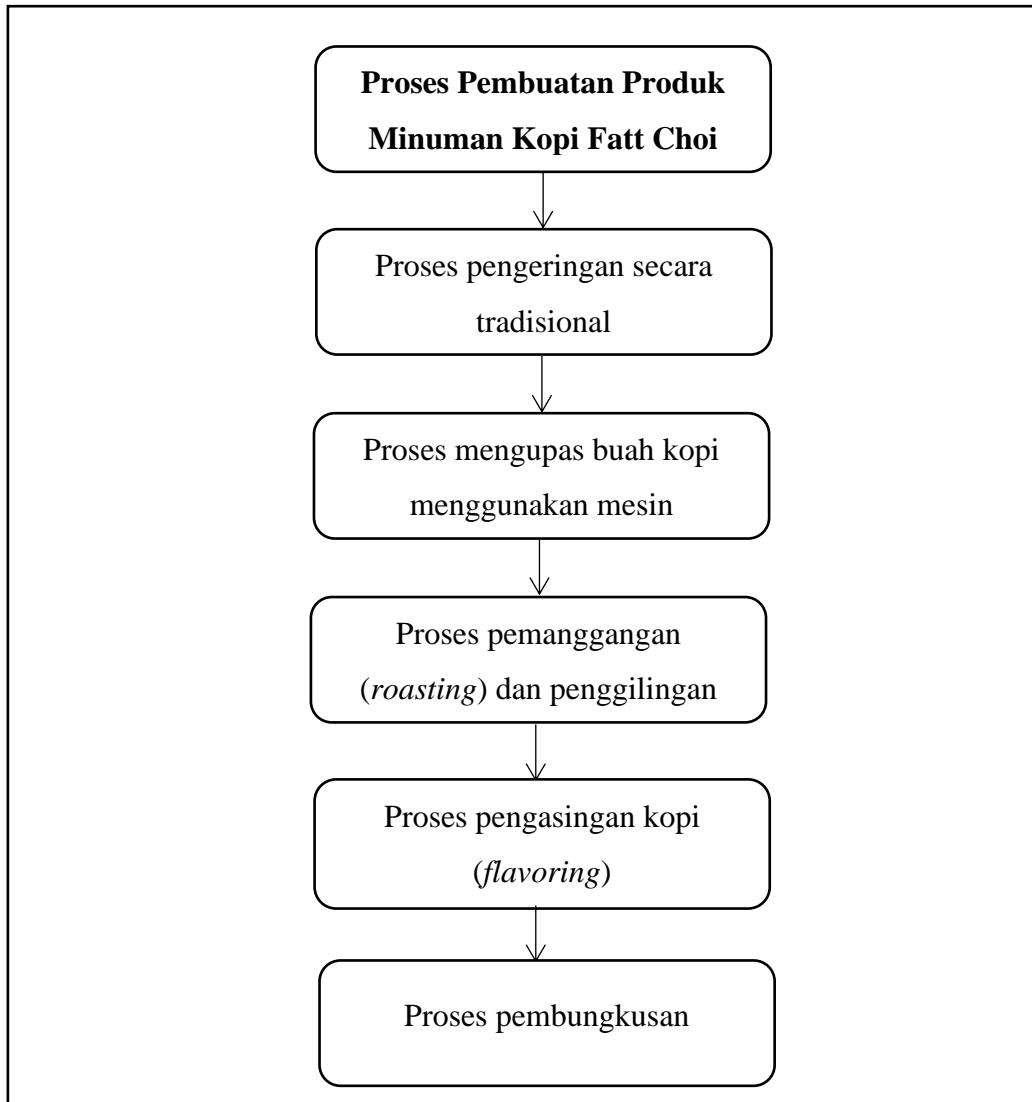
Berdasarkan temu bual, penyelia kilang Fatt Choi menerangkan secara mendalam tentang proses pembuatan produk minuman dari biji kopi dari proses pengambilan biji kopi sehingga proses pembungkusan. Biji kopi yang telah dijemur akan dipilih secara teliti bagi memastikan biji kopi yang akan dipanggang merupakan biji kopi yang baik. Penyelia Kilang Fatt Choi menyatakan;

Kalau suda masak tu biji kopi yang merah-merah suda tu... dorang akan petik guna tangan... guna tenaga manusia ja... belum ada mesin untuk ambil tu biji kopi. Lepas tu dorang akan jemur dalam tempoh satu minggu hingga sepuluh hari begitu la sampai dia kering. Kemudian baru dorang buang kulit tu biji kopi... yang ini guna mesin la. Lepas tu dorang pilih tu biji kopi yang bagus sebelum dorang proses untuk kasi jadi serbuk. Suda dorang pilih, baru dorang buat proses roasting... dorang panggang itu biji kopi tapi kena bahagi kepada tiga jenis asas. satu kopi O panggang. Yang ini dorang goreng lagi balik tu biji kopi tapi yang kena campur gula suda. Yang satu lagi pure coffee panggang. Baru dorang pack dan hantar pigi kedai-kedai.

(Informan 1, 44 tahun)

Pemprosesan yang dilakukan oleh Fatt Choi sebelum menjadikan ia sebagai suatu produk adalah berdasarkan proses pengeringan secara semula jadi iaitu menggunakan cahaya matahari. Proses tersebut hendaklah dilakukan bagi mengurangkan kandungan lendir dalam buah kopi. Proses pengeringan yang dilakukan ini adalah lebih mudah (Poltronieri, 2016). Bahan yang digunakan untuk mengeringkan buah kopi hanya menggunakan kaedah tradisional iaitu menggunakan kanvas Trapaulin dengan meletakkan buah kopi di atas kanvas tersebut. Kemudian, buah kopi yang telah dikeringkan akan melalui proses mengupas kulit menggunakan mesin dan dipanggang sebelum ia dikisar menjadi serbuk halus. Setelah itu, serbuk kopi dipanggang semula, namun diasingkan kepada tiga jenis asas iaitu tanpa gula, mengandungi gula dan serbuk kopi yang dipanggang. Akhir sekali, serbuk kopi yang

diasingkan akan dibungkus dan dihantar ke premis atau syarikat yang berkaitan. Ini dapat disokong oleh kajian Carteri (2014) iaitu proses pengeringan merupakan fasa yang amat penting untuk mengeringkan buah.



Rajah 1: Proses Pembuatan Produk Kopi Fatt Choi

Jumlah Penghasilan Produk Minuman dalam Tempoh Masa Sehari

Penyelia kilang Fatt Choi menyatakan sebanyak 600-1 tan biji kopi yang melalui proses pemanggangan sebelum melalui proses *grounding* iaitu proses menghasilkan serbuk kopi yang asas. Kemudian, serbuk kopi yang asas tersebut akan diasingkan mengikut jenis kopi yang ingin dihasilkan. Menurut penyelia kilang Fatt Choi;

Aaa... dalam 600... hingga 1 tan. Ini proses yang kami goreng tu biji kopi. Lepastu kami buat proses yang kami panggil grounding. Ini 800 hingga 1000 kg. Kemudian baru kami hasilkan produk ikut jenis-jenis tu kopi.

(Informan 1, 44 tahun)

Kaedah *grinding* atau pengisaran kopi merupakan kaedah yang dilakukan untuk mengisar kopi sebelum memberikan pelbagai jenis perisa. Fatt Choi memberi penelitian terhadap proses pengisaran dengan menjaga kualiti serbuk kopi yang dihasilkan. Hal ini demikian, serbuk kopi yang lebih halus akan menghasilkan rasa kopi yang lebih enak (Zimmer, 2014). Rasa kopi yang lebih enak adalah hasil dari proses *grinding* yang berkesan iaitu menjadikan serbuk kopi lebih halus (Uman et al., 2016).

Kepelbagaian Produk Berasaskan Agropelancongan Kopi di Tenom, Sabah

Jenis Makanan yang Dihasilkan daripada Kopi

Berdasarkan temu bual, penyelia kilang Fatt Choi mengatakan Fatt Choi tidak banyak menghasilkan produk makanan dan lebih banyak menghasilkan produk minuman. Antara produk makanan yang dihasilkan oleh Fatt Choi adalah seperti kek kopi. Kek kopi tersebut merupakan salah satu hidangan yang terdapat di menu kafe serta menjadi kewajipan untuk pengunjung memesan kek kopi tersebut. Seperti yang penyelia kilang Fatt Choi berkata;

Kami tida berapa banyak kalau buat produk makanan... kalau minuman banyak. Makanan pun... coffee cake. Ada tu sana kafe... kau pigi la nt kafe yang sebelah balai bomba tu. Kau gambar saja tu menu dia sana... banyak tu kek kopi. Kalau orang datang pigi sana, dorang suka tu order kek sambil minum-minum kopi.

(Informan 1, 44 tahun)

Adriana (2009) menyatakan kopi merupakan minuman yang paling banyak diminum di dunia. Hal ini bermaksud pengguna kopi lebih meminati untuk membeli produk minuman berbanding makanan. Oleh sebab itu, Fatt Choi menghasilkan lebih banyak produk minuman kopi berbanding dengan produk makanan. Menurut kajian Kucukkormurler (2009), kopi adalah dilarang oleh pemerintahan Maharaja namun, ia tersebar secara meluas di Eropah dan Benua Amerika. Kini, ia telah pun tersebar sehingga di daerah Tenom, Sabah kerana faktor import dalam ekonomi.



Foto 5: Kek Berperisa Kopi Yang Terdapat Di Fatt Choi Cafe

Jenis Produk Minuman yang Dihasilkan

Penyelia kilang Fatt Choi menyatakan terdapat banyak jenis produk minuman yang dihasilkan oleh syarikat Fatt Choi sejak tahun 1986. Fatt Choi menghasilkan tiga jenis produk minuman iaitu serbuk campuran kopi hitam, kopi yang dipanggang dan serbuk kopi dan teh yang telah dicampur. Berdasarkan temu bual;

Ada banyak kopi yang kami bikin... yang paling popular itu Black Coffee... 2 in 1 Coffee... 3 in 1 Coffee... Coffee Mix..My Coffee... White Coffee... Tongkat Ali Ginseng... Tea Latte dengan Tenocafe. Di kafe pun kami ada dorang kasi hidang tu... sama ada juga kan kena jual sana kedai-kedai macam di Bestamart tu...

(Informan 1, 44 tahun)

Kepelbagaian perisa kopi yang diproses oleh Fatt Choi merupakan salah sebuah strategi perniagaan yang dilakukan bagi memenuhi citarasa pembeli. Berdasarkan model Kaczmarczyk (2007) dalam kajian Mokrysz (2016), sesuatu syarikat menghasilkan jenis perisa kopi adalah berdasarkan maklum balas pembeli. Maka dengan itu, syarikat tersebut akan meneruskan penghasilan sesuatu jenis kopi berdasarkan kadar permintaan pembeli. Oleh yang demikian, Fatt Choi menghasilkan jenis perisa kopi yang mempunyai permintaan tinggi.

Kelebihan Produk Minuman Berasaskan Kopi

Kelebihan produk makanan yang berasaskan kopi mempunyai kelebihan seperti kepelbagaian citarasa seperti yang dinyatakan oleh penyelia kilang Fatt Choi. Kepelbagaian citarasa dalam produk makanan dapat menarik para pengunjung untuk menikmati dan mencuba produk yang berasaskan kopi di kafe. Menurut penyelia kilang Fatt Choi;

Bagi saya... kelebihan dia... dia ada pelbagai citarasa... ada tu kopi yang paling orang suka. kami ada bikin kopi yang jenis bergula... yang kosong saja... ada yang bersusu dengan ada yang campur kayu manis. Tu yang paling orang suka. sebab dia

banyak jenis la orang suka beli tu kopi sebab ikut citarasa dorang kan yang macam mana dorang mau.

(Informan 1, 44 tahun)

Kepelbagaian jenis kopi yang dihasilkan oleh Fatt Choi dapat menarik perhatian pembeli untuk merasai perbezaan rasa kopi. Produk minuman kopi yang mempunyai campuran susu menjadi tarikan kepada pengguna kopi kerana rasanya teksturnya yang berlemak menimbulkan rasa yang berbeza (Schuchmann, 2007). Oleh itu, kajian mendapati pembeli kopi dari Fatt Choi adalah disebabkan kepelbagaian produk kopi yang dihasilkan oleh syarikat tersebut. Lebih-lebih lagi jenis perisa kopi yang dihasilkan menepati citarasa setiap pelanggan yang membelinya.

Kesimpulan

Keunikan dalam suatu produk adalah penting untuk memberikan pengalaman baharu serta kepuasan terhadap pengalaman pengunjung. Kajian ini meneliti bagaimanakah ciri pengeluaran dan kepelbagaian produk dalam agropelancongan kopi Tenom. Kesimpulannya,

kajian empirikal ini menunjukkan pemprosesan yang dijalankan oleh Fatt Choi adalah sama seperti mana industri kopi yang lain, namun yang membuatnya unik adalah ia masih mengekalkan penggunaan teknik tradisional. Pengekalan proses tersebut menjadikan kualiti rasa kopi lebih sedap untuk memenuhi citarasa pelanggan. Cukup jelas, pengunjung yang berkunjung ke Fatt Choi adalah sebenarnya tertarik dengan identiti yang diperkenalkan oleh agropelancongan kopi Tenom sendiri iaitu aroma kopi yang wangi. Seperti kajian Mahaliyanaarachch (2015), “pengunjung gemar untuk melihat pemprosesan di ladang seperti teknik penggilingan menggunakan peralatan tradisional (kurhan gala), dadih, yogurt, penghasilan keju, moju, jeruk dan penghasilan sos”. Walau bagaimanapun, pemerhatian yang dilakukan dalam kajian ini didapati terdapat syarikat yang tidak menawarkan aktiviti pembelajaran atau pengenalan mengenai pemprosesan kopi. Terdapat syarikat yang telah lama menawarkannya namun, promosi aktiviti tersebut masih kurang berkesan dan pengunjung hanya lebih gemar untuk melawat kafe sahaja. Teknik pemprosesan ini seharusnya dapat menjadi salah sebuah tarikan untuk menambah aktiviti pengunjung bagi mengetahui lebih lanjut mengenai kopi Tenom iaitu Fatt Choi. Lebih-lebih lagi hanya Fatt Choi dan Yit Foh adalah syarikat kopi yang wujud di Sabah. Peluang ini seharusnya digunakan dengan baik untuk menambahbaik aktiviti agropelancongan kopi.

Kajian turut menemui bahawa agropelancongan kopi Tenom mengalami kekurangan variasi dari segi produk makanan yang berasaskan kopi. Agropelancongan kopi Tenom lebih banyak menawarkan makanan Barat dan menu hidangan tempatan berbanding produk keluaran mereka tersendiri. Ketiadaan variasi dalam sesuatu produk menimbulkan rasa bosan dan kurang menarik terhadap pengunjung. Walhal, makanan Barat dan menu tempatan boleh didapati di mana-mana restoran lain dan sudah menjadi menu kebiasaan. Oleh itu, kajian ini mencadangkan agar agropelancongan kopi Tenom dapat mempelbagaikan lagi variasi produk kopi agar pengunjung boleh mencapai kepuasan dalam menikmati pengalaman mereka. Kajian ini menunjukkan masih banyak kajian lanjut yang perlu dilakukan terhadap agropelancongan kopi Tenom bagi memperbaiki aktiviti dan penghasilan produk sedia ada.

Rujukan

- Adriana Farah. (2009). *Functional and speciality beverage technology*. Cambridge: Woodhead Publishing Limited.
- Agritourism - An Overview. (2018). <https://nationalaglawcenter.org/overview/agritourism/>. Diakses pada September 2018.
- Bruch, M. L. (2005). *Agritourism in Focus A Guide for Tennessee Farmers*. Tennessee: The University of Tennessee.
- Carteri, P. C., Meira, F. B., Henrique, C. R. (2014). coffee cherries drying process and the influence of environment relative humidity in the mathematical modeling, moisture Content and Enthalpy of Vaporization. *Revista Energia Na Agricultura*, 29 (2) 148-157.
- Definition of Product and Service – What is a product, What is a service? (2015). <https://marketing-insider.eu/definition-of-product/>. Pada 8 September 2019.
- Fatimah Hassan, Muhamad Shahizi Baharom. (2018). Pertanian dan Komuniti Luar Bandar. Dlm. Jabil Mapjabil, Rosmiza Mohd Zainol, Norsuhana Abdul Hamid (eds.). Program Pertanian Kebun Komuniti. Kota Kinabalu: Universiti Malaysia Sabah. Hlm. 25-58.
- Ghosh P. 2014. Processing and Drying of Coffee. *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)*, 3 784-794.

- Harith, Z. T., Ting, C. H., Zakaria, N. N. A. (2014). Coffee packaging: Consumer perception on appearance, branding and pricing. *International Food Research Journal*, 21(3) 849-853.
- Jamaica Coffee Beans. (2019). <https://espressocoffeeguide.com/gourmetcoffee/coffeesof-theamericas/jamaica-coffee/>. Pada 5 Februari 2019.
- Kementerian Pertanian dan Asas Tani. (2011). 'Dasar Agromakanan Negara 2011-2020'. Putrajaya: Pusat Pentadbiran Kerajaan Persekutuan.
- Kahn, B. The Impact on Customers' Perception of Product Variety. Teck Ho dan C. S. Tang (Eds), *Research Advances in Product Variety Management*. New York, USA: Kluwer Academic Publishers.
- Kleidas, M., Jolliffe, L. (2010). Coffee attraction experiences: A narrative study. *Preliminary Communication*, 61-73.
- Kucukkomurler, S., Ozgen, L. (2009). Coffee and Turkish coffee culture. *Pakistan Journal of Nutrition*, 8 (10) 1693-1700.
- Mahaliyanaarachchi, R. 2015. *Agri Tourism Farm and Farmstay* (First Edition). Sabaragamuwa University of Sri Lanka: Department of Agri Business Faculty of Agricultural Sciences
- Malkhanti P. 2011. Potential for agritourism development: Evedance from Sri Lanka. *The Journal of Agricultural Sciences*, 6 45-58.
- Menon, S., And Kahn B.E. (1995). The Impact of Context on Variety-Seeking in Product Choices. *Journal of Consumer Research* 22, 1995:285-295.
- Mohd Zaffrie Mat Amin, Hairazi Rahim, Abdul Rahim. (2016). Persepsi dan gelagat pengguna terhadap kopi di Malaysia. *Economic and Technology Management Review*, 11 37 - 51.
- Mokrysz, S., Sa, M., Poland. (2016). Consumer preferences and behaviour on the coffee market in Poland. *Forum Scientiae Oeconomia*. 4 92-107.
- Norudin Mansor, Kartini Mat Rashid, Zuraida Mohamad et al. (2015). Agro Tourism Potential in Malaysia. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 137-44.
- Pohlan, H. A. J., Janssens, M. J. J. (2010). Growth and production of coffee. *Encyclopedia of Life Support Systems (EOLSS)*, 3 1-11.
- Poltronieri, P., Rossi F. (2016). Challenges in Specialty Coffee Processing and Quality Assurance. *Molecular Diversity Preservation International*, 1-22.
- Schilling B. J., Sullivan, P. K. (2014). Characteristics of New Jersey Agritourism Farms. *Journal of Food Distribution Research*, 2 161-173.
- Schuchmann, H. (2007). *Product Design and Engineering*. Weinheim: Wiley-VCH.
- Taketay, D. (1999). History, botany and ecological requirements of coffee. *Walia*, 2028-50.
- The Optimal Coffee Environment: Best Climate Conditions for Growing Coffee Beans. (2006). <http://www.coffeeresearch.org/agriculture/environment.htm>. Pada 5 Feb 2019.
- Zimmer, S. (2014). *I Love Coffee!: Over 100 Easy and Delicious Coffee Drinks*. Missouri: Andrews McMeel Publishing.