

**EKSISTENSI SARABBA SEBAGAI MINUMAN TRADISIONAL KHAS BUGIS-MAKASSAR
DI ERA MODERN**Ayudia Rostiara Masyudi¹, Fadia Marsya Nabila², Mirna Nur Alia Abdullah³^{1,2,3} Pendidikan Sosiologi, FPIPS, Universitas Pendidikan Indonesia
Email: ayudiarstrm@upi.edu; f.marsya.nabila@upi.edu; alyamirna@upi.edu**Artikel histori:**

Submit: 12-05-2023

Revisi: 09-06-2023

Diterima: 21-06-2023

Terbit: 26-06-2023

Kata Kunci:*Sarabba existence,
traditional drinks,
Bugis-Makassar,
modern era***Korespondensi:**

ayudiarstrm@upi.edu

Abstrak: *Sarabba is a traditional drink made from ginger and brown sugar originating from South Sulawesi, especially the Bugis and Madurese tribes. The purpose of this article is to find out the potential for sarabba to become a trend like coffee among young people and what innovations have been made as an effort to maintain the existence of sarabba in this modern era. The research method used is a qualitative method using an ethnographic approach and data collection techniques through literature studies and interviews with related parties, the results of which will later be in the form of words. From the research results, sarabba has experienced many developments starting from attractive packaging and varied flavors such as mocha and chocolate flavors, and currently there are many instant or powdered sarabba and also ice cream versions of sarabba, so it is possible that sarabba will become a trend like coffee among people. teenagers are getting bigger, considering that in Makassar itself sarabba is already very popular. So it can be concluded that: 1) innovation to maintain the existence of sarabba in the modern era is carried out by changing the shape and creating new flavor variants. 2) sarabba has the potential to become a trend among young people but is still limited in scope, namely in Makassar. With the many sarabba innovations nowadays, this is of course a driving factor for sarabbas to become a trend among young people.*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution
4.0 International License.**PENDAHULUAN**

Indonesia disebut sebagai negara yang majemuk dikarenakan memiliki suku, budaya, bahasa daerah, dan agama yang berbeda-beda. Indonesia merupakan negara yang melahirkan berbagai suku bangsa dan suku bangsa inilah yang membentuk identitas atau keunikan masing-masing suku bangsa di Indonesia. Salah satu suku bangsa yang ada di Indonesia adalah suku Bugis. Suku Bugis

merupakan salah satu suku terbesar yang tinggal di wilayah Sulawesi Selatan. Orang Bugis tinggal di Bone, Wajo, Soppeng, Sinjai, Bulukumba, Barru, Pare-Pare, Sidrap, Pinrang, dan Luwu. Beberapa orang tinggal di Pangkajene Dan Maros, sebagai perbatasan antara orang Bugis - Makassar, yang merupakan suku Bugis atau Makassar. Bugis adalah suku dari suku Melayu Deutero. Kata “Bugis” berasal dari kata To Ugi yang berarti orang Bugis. Nama “ugi” mengacu pada raja pertama kerajaan Cina di Pammana, Kabupaten Wajo sekarang, yaitu La Sattumpugi. Suku Bugis memiliki pengetahuan mengenai sistem mata pencaharian dan sistem pengetahuan, diantaranya pengetahuan tentang alam flora dan fauna, pengetahuan tentang ramuan obat, pengetahuan kedutan pada bagian badan, pengetahuan tentang appesissikeng (sifat dan waktu) manusia, dan pengetahuan tentang hari baik dan buruk. Menurut Koetjaraningrat setiap suku mempunyai 7 unsur kebudayaan, salah satunya adalah sistem pengetahuan. Di setiap suku juga biasanya mempunyai sistem pengetahuan tentang alam, flora, fauna, seluruh benda yang berada pada lingkungannya, tindakan, tubuh manusia, lalu sikap pada manusia lain, ruang juga waktu, serta ilmu mengenai meramu. Suku Bugis juga tak jarang memanfaatkan rempah-rempah disekitar lingkungan untuk dijadikan ramuan tradisional yang berkhasiat bagi tubuh. Salah satu contohnya adalah sarabba, minuman tradisional khas suku Bugis yang menjadikan jahe dan merica sebagai bahan utamanya.

Sarabba berasal dari bahasa Arab yaitu syariba yang artinya minum. Syariba mengikuti prinsip fa’ila yaf’alu pada surah keempat fi’il tsulasi mujarrod. Syariba adalah bentuk fi’il madzi. Kata syariba memiliki tiga huruf hijaiyah, yaitu huruf syin, huruf ro’ dan huruf ba’. Kata Syariba (رَبِّش) dapat diubah menjadi syaribta, syaribtu dan syaribtum tergantung dhomir (kata ganti yang digunakan). Secara istilah sarabba berasal dari kata syariba-yasyrabu-syurbatan yang artinya minum dengan menggunakan alat bantu seperti menggunakan gelas, botol dan lain-lain. Disebutkan bahwa minum dalam bahasa Arab syurbatan juga berarti minum. Arti kata syurbat dalam bahasa Arab merujuk pada aneka minuman yang berbentuk cair, sehingga pendefinisianya ditunjukkan dengan memberikan informasi tentang nama tersebut. Dalam bahasa Indonesia, minuman berupa cairan muncul pada predikatnya. Kata syurbat diserap ke dalam bahasa Indonesia menjadi serbat, yang dalam bahasa Arab berarti minuman (obat), bila diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi serbat (khusus), yaitu minuman yang terbuat dari jahe. Menurut KBBI, serbat berarti minuman yang segar, minuman panas yang terbuat dari jahe, gula, dll.

Sarabba ialah minuman panas khas Bugis-Makassar. Minuman ini dibuat dengan bahan utama jahe (*Zingiber officinale*) dan kayu manis, santan, gula merah dan banyak bahan lainnya untuk menambah cita rasa. Sarabba ialah termasuk kedalam minuman khas yang asalnya dari Sulawesi selatan khususnya suku Bugis-Makassar dimana banyak dipakai untuk dijadikan obat masuk angin atau flu, yang bisa juga dijadikan minuman penambah tenaga. Sarabba merupakan minuman rempah khas suku Bugis di Makassar. Terdiri dari jahe, serai, kayu manis dan rempah lain sebagai bahan bakunya. Sarabba memiliki aroma khas yang memiliki rasa manis. Untuk sejarah Sarabba sendiri hingga detik ini tidak dijumpai dengan pasti darimana Sarabba berasal. Sebagian ada yang menyebutkan jika minuman tersebut asalnya ialah dari Arab. Bisa jadi hal tersebut itu benar, sebab didapati ada satu tradisi orang Mekkah pada hari tertentu yakni setiap Kamis diajak oleh

mereka semua anggota keluarganya untuk pergi menuju kota Mekkah. Lalu mereka akan menginap pada sebuah hotel, menjalankan ibadah pada Masjidil Haram, juga makan dengan para jamaah umrah. Ketika waktu berbuka datang, disediakan oleh mereka suatu minuman khas asal Arab yang serupa dengan Sarabba yang ada pada Makassar yang dihidangkan dengan kurma. Dari informasi yang kami dapat juga dikatakan bahwa sarabba merupakan minuman yg selalu dibawa oleh para pelaut-pelaut dari Makassar sebagai minuman penghangat saat berlayar. Namun, tidak ada sumber yang mengatakan dari mana sarabba berasal dan siapa orang pertama yang menciptakan sarabba. Yang jelas sarabba memang sering dikonsumsi sejak dulu oleh masyarakat suku Bugis karena bahan bakunya dapat dicari dengan mudah.

Di era globalisasi ini, banyak sekali kebudayaan luar yang muncul dan menyebar di Indonesia, termasuk di bidang kuliner minuman, seperti kopi kekinian, bubble tea, thaitea, dan lain lain. Dengan masuknya minuman-minuman modern ke Indonesia dan menjadi trend di kalangan anak muda, membuat eksistensi minuman tradisional menjadi berkurang dan apabila tidak dilestarikan kemungkinan besar akan menghilang. Namun, apakah terdapat pembaharuan dan inovasi agar sarabba lebih disukai di kalangan remaja sebagai upaya untuk mempertahankan eksistensi sarabba di era modern ini? Selain itu, apakah bisa sarabba sebagai minuman tradisional khas Sulawesi Selatan bersaing ditengah-tengah maraknya minuman dari luar dan menjadi trend seperti kopi?. Tujuan ditulisnya artikel ini adalah untuk mengetahui keberadaan sarabba di era modern ini dan mengetahui inovasi yang sudah dilakukan untuk menarik minat orang-orang terhadap sarabba sebagai minuman tradisional khas Sulawesi Selatan, khususnya Makassar. Banyak penelitian terdahulu yang meneliti tentang sarabba seperti oleh Antara, M., Rahim, A., Antara, M. K., dan Br Manurung, D. S. (2021) yang berjudul “Upaya Peningkatan Pendapatan Petani Jahe Merah Melalui Pengolahan Jahe Merah Menjadi Sarabba Instan Pada Situasi Pandemi Covid-19”. Namun berbeda dengan penelitian kami, penelitian tersebut lebih memfokuskan kepada aspek ekonomi dari sarabba, sedangkan penelitian kami lebih memfokuskan sarabba dari aspek sosialnya. Oleh karena itu, penulis memilih judul “Eksistensi Sarabba di Era Modern”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan etnografi. Menurut Moleong (2008:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang berusaha memahami fenomena yang diperoleh melalui topik penelitian seperti perilaku, pemahaman, motivasi, tindakan, secara holistik dan melalui metode deskriptif dalam bentuk tuturan dan bahasa, dalam situasi alamiah tertentu dan menggunakan metode tertentu yang berbeda. Menurut Saryono (2010: 49), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menganalisis, mengidentifikasi, menggambarkan dan menjelaskan karakteristik atau kualitas pengaruh sosial yang tidak dapat didefinisikan, diukur atau dijelaskan dengan nilai numerik. Menurut Creswell (2012:473), desain etnografi adalah metode penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan dan menganalisis suatu kelompok yang menggambarkan perilaku, kepercayaan, dan bahasa yang berkembang dan digunakan suatu komunitas dari waktu ke waktu.

Populasi dalam kajian ini adalah masyarakat Makassar dan beberapa penjual Sarabba yang berasal dari Makassar. Strategi pengumpulan data dalam penelitian

ini menggunakan metode studi literatur dan wawancara. Studi literatur adalah rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan pengumpulan data pustaka, membaca dan menulis, serta pengelolaan literatur penelitian (Zed, 2008: 3). Studi literatur adalah rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan proses pengumpulan data pustaka, pembacaan dan pencatatan, serta penanganan dokumen penelitian. Menurut Danial dan Warsiah (2009:80), Studi Literatur adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan banyak buku dan jurnal tentang masalah dan tujuan penelitian. Metode ini dilakukan dengan tujuan memaparkan berbagai ide yang berkaitan dengan masalah akan dikaji sebagai referensi internal pembahasan hasil penelitian. Wawancara adalah metode pengumpulan data melalui proses bertanya dan menjawab satu arah, artinya pertanyaan berasal dari pewawancara, yang diwawancarai memberikan jawaban. Dalam penelitian ini kami menggunakan metode wawancara online, yaitu wawancara yang dilakukan dengan melakukan komunikasi menggunakan komputer, seperti instant messaging, email atau video. Pada penelitian ini kami melakukan wawancara melalui pesan yang dikirim menggunakan beberapa aplikasi seperti whatsapp, instagram, twitter dan shopee.

PEMBAHASAN

Inovasi Sarabba di Era Modern

Saat ini zaman sudah semakin berkembang, semakin banyak juga hal-hal yang mengalami perubahan. Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan kondisi saat ini supaya suatu kebudayaan tidak semakin terkikis oleh waktu, termasuk sarabba. Pada saat ini sarabba sudah mengalami cukup banyak perubahan baik dari segi kemasan, bentuk, dan juga rasa.

Di Makassar, sarabba biasa dijumpai di kedai-kedai lokal pinggir jalan. Biasanya orang yang membeli sarabba selalu minum ditempat dan biasanya ditemani dengan pisang goreng. Seiring berjalannya teknologi, saat ini sudah banyak aplikasi antar makanan online, seperti gofood dan shopeefood, sehingga tidak sedikit orang yang memesan sarabba secara online. Hal tersebut berpengaruh pada kemasan sarabba yang akan disajikan kepada konsumen. Saat ini sudah banyak beberapa kedai yang menggunakan paperglass sebagai gelasnya dan diberi tutup serta sedotan seperti yang biasa dilakukan di kedai kopi kekinian. Namun, sangat disayangkan masih ada juga beberapa penjual yang hanya memasukan sarabba kedalam plastik saja, sehingga sedikit diragukan dari segi kebersihan dan kesehatannya.

Selain dari segi kemasan, sarabba juga mengalami perubahan dari segi bentuk. Adanya inovasi dan upaya untuk menyebarluaskan sarabba, saat ini banyak yang menjual sarabba dalam bentuk instan atau bubuk. Sehingga sarabba lebih mudah untuk diperjualbelikan ke luar pulau. Contoh toko yang menjual sarabba bubuk atau instan adalah Sarabba Sukma Jahe Makassar. Sarabba Sukma Jahe Makassar ini menjual sarabba dalam bentuk instan yang memiliki 3 varian rasa yaitu original, extra pedas dan mocca. Inovasi yang dilakukan oleh Sarabba Sukma Jahe Makassar yaitu dengan menghadirkan rasa baru dari sarabba yaitu rasa mocca. Berdasarkan informasi yang kami dapatkan, sarabba yang paling banyak terjual yaitu rasa original dikarenakan target pasar toko ini merupakan orang tua yang usianya rata-rata 40-60 tahun ke atas. Dari segi kemasan, Sarabba Sukma Jahe ini dipacking menggunakan kardus yang didalamnya terdiri dari 5 sachet. Inovasi yang

dilakukan oleh Sarabba Sukma Jahe Makassar ini yaitu dengan menghadirkan sarabba dalam bentuk sachet yang akan sangat membantu untuk menyebarluaskan sarabba sehingga sarabba ini dapat dikenal secara luas khususnya oleh masyarakat Indonesia.

Selain Sarabba Sukma Jahe Makassar, terdapat inovasi sarabba lain yaitu yang dilakukan oleh toko Sarabba Indonesia. Sama halnya dengan Sarabba Sukma Jahe Makassar, Sarabba Indonesia ini melakukan inovasi dari segi bentuk dan rasanya, Sarabba Indonesia juga melakukan inovasi dengan menjual sarabba dengan rasa original, susu dan cokelat. Berbeda dengan Sarabba Sukma Jahe Makassar, minuman sarabba yang dijual oleh Sarabba Indonesia merupakan minuman yang siap diminum. Sarabba ini dijual dalam bentuk botol ukuran 250 ml. Berbanding terbalik dengan penjualan pada Sarabba Sukma Jahe Makassar, target pemasaran sarabba ini merupakan anak muda. Bahkan, pihak Sarabba Indonesia menyatakan bahwa sarabba yang paling banyak terjual yaitu rasa susu dan cokelat, sedangkan untuk rasa original sendiri memiliki sedikit peminat dibandingkan dengan rasa lain. Terdapat inovasi lain yang dilakukan Sarabba Indonesia yaitu yang berkaitan dengan adanya inovasi dari segi bentuk. Sarabba Indonesia menghadirkan menu eskrim sarabba yang memiliki 2 varian rasa yaitu rasa susu regal dan cokelat chocochips. Hal ini tentu sangat erat kaitannya dengan target pasar Sarabba Indonesia yaitu anak muda. Terbukti dengan penjualan eskrim sarabba yang lebih banyak dibandingkan dengan minuman sarabba.

Berdasarkan pemaparan di atas, terdapat perbandingan antara inovasi yang dilakukan oleh Sarabba Sukma Jahe Makassar dan Sarabba Indonesia. Pada Sarabba Sukma Jahe Makassar hal paling menonjol yaitu dengan adanya inovasi yaitu menciptakan sarabba dalam bentuk instan. Sedangkan, pada Sarabba Indonesia hal paling menonjol yaitu dengan terdapatnya menu eskrim sarabba. Dengan inovasi ini, pelestarian minuman tradisional sarabba akan sangat terbantu apalagi dengan dihidirkannya inovasi-inovasi baru yang target pemasarannya yaitu anak muda. Inovasi pada sarabba ini sangat diperlukan untuk mempertahankan eksistensi sarabba di era modern ini. Inovasi sarabba juga bisa dengan mudah dilaksanakan dikarenakan sarabba bukanlah minuman yang memiliki nilai 'magis' walaupun berasal dari suku Bugis. Hal ini dapat menjadi faktor pendorong sarabba menjadi tren seperti halnya minum kopi yang menjadi minuman 'pergaulan' di kalangan anak muda.

Sarabba sebagai Tren di Kalangan Remaja

Layaknya yang sudah kebanyakan orang ketahui, kopi ialah termasuk kedalam golongan minuman yang saat ini sedang menjadi trend dikalangan remaja. Dipaparkan oleh Farah, et al (2012) jika, kopi ialah termasuk kedalam minuman yang paling banyak dikonsumsi juga digemari di segala penjuru dunia. Saat ini kopi seperti sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian orang, terutama bagi para remaja. Sehingga, coffeeshop maupun kafe sudah tidak sukar dijumpai sejalan lewat anak muda yang kian meningkat. Minum kopi atau biasa disebut dengan ngopi seperti sudah menjadi rutinitas, bahkan mengalami penggeseran makna yang saat ini dikalangan anak muda diartikan sebagai ajakan untuk berinteraksi, seperti mengobrol, mengerjakan tugas, ataupun sekedar bermain. Ditambah lagi saat ini

coffeeshop atau kafe yang ada memiliki fasilitas yang memadai, seperti wifi, tempat yang nyaman, dan spot foto yang bagus.

Seperti halnya kopi, sarabba juga merupakan minuman ‘pergaulan’, tidak ada suatu ritual, adat atau waktu tertentu untuk bisa mengkonsumsi sarabba. Sarabba bisa dikonsumsi kapan pun juga siapa saja, bisa oleh para anak serta orang yang susah dewasa, tanpa mematok usia. Hal ini dapat berpotensi untuk menjadikan sarabba sebagai tren seperti halnya kopi. Hal ini dapat dilihat dari segi harga, khasiat dan juga rasanya. Pertama dari segi harga, sarabba lebih terjangkau dibandingkan dengan kopi. Hasil wawancara kepada beberapa narasumber menyebutkan harga sarabba biasanya dimulai dari Rp. 5000 - 15.000 rupiah tergantung dengan variasi yang dipilih. Kedua dari segi khasiat, seperti yang kita semua ketahui bahwa kopi dapat mengurangi rasa kantuk karena adanya kandungan kafein dalam kopi, namun apabila dikonsumsi secara terus-menerus, kafein yang terdapat dalam kopi dapat menyebabkan meningkatkannya tekanan darah seseorang, yang akhirnya bisa memberikan dampak yang teramat bahaya bagi orang yang mengalami hipertensi (Hamer, dikutip pada Bistara & Kartini, 2018). Berbeda dari kopi, sarabba yang merupakan minuman tradisional dan terbuat dari rempah-rempah alami, membuat sarabba mengandung banyak khasiat yang bermanfaat untuk tubuh, seperti dapat melindungi daya tahan yang dimiliki tubuh, menyembuhkan flu, membuat badan menjadi lebih hangat serta tenggorokan karena adanya kandungan jahe, serta meredakan nyeri haid dan masuk angin (Mustakim et al, 2020). Ketiga dari segi rasa, tidak semua dapat menikmati sarabba mengingat semua bahan bakunya yang terbuat dari rempah-rempah alami, terutama rasa jahe sebagai bahan utama yang kuat membuat beberapa orang merasa tidak cocok dan tidak kuat dengan rasa pedasnya. Sedangkan, untuk kopi sendiri saat ini sudah banyak sekali variasi kopi yang bermunculan dan menyesuaikan dengan lidah banyak orang, mulai dari kopi yang dominan manis, asam, dan pahit. Sehingga kopi lebih mudah diterima oleh kebanyakan orang dibandingkan dengan sarabba.

Walaupun sarabba memiliki potensi untuk bisa menjadi tren seperti kopi, namun untuk merealisasikan hal tersebut sepertinya cukup sulit. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh pihak Sarabba Indonesia yaitu “Jika dibandingkan dengan kopi sepertinya cukup sulit. Hal ini dikarenakan kopi adalah rutinitas setiap hari untuk penikmatnya.” Kopi telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Sejak dulu kebiasaan minum kopi memang sudah dilakukan oleh Gen X, namun terdapat perbedaan dengan tren kopi pada saat ini, dahulu biasanya minum kopi hitam di warung kecil pinggir jalan. Menurut Setyawan yang mengatakan bahwa kebiasaan minum kopi di kafe merupakan hal yang lumrah bagi orang yang sudah sejak lama terbiasa mengkonsumsi kopi. Minum kopi bukan lagi sekedar sebagai minuman pergaulan, tetapi sudah menjadi sama pentingnya dengan nasi yang menjadi kebutuhan pokok. Seperti halnya kebutuhan penting lainnya, jika kebiasaan minum kopi tidak terpenuhi dalam satu hari, dianggap kehidupan dan aktivitas sehari-hari tidak bisa berjalan dengan baik. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor sarabba cukup sulit menjadi tren seperti halnya kopi, yaitu dikarenakan kopi sudah sejak dulu menjadi budaya masyarakat Indonesia. Hal ini terbukti dengan adanya berbagai macam kopi di Indonesia seperti kopi Toraja, kopi Medan dan kopi Aceh.

KESIMPULAN

Dari pemaparan di atas terdapat dua hal yang dapat kita peroleh. Pertama, inovasi untuk mempertahankan eksistensi sarabba di era modern ini sudah banyak dilakukan contohnya inovasi sarabba yang dilakukan oleh toko Sarabba Sukma Jahe Makassar dan Sarabba Indonesia. Inovasi ini dilakukan dengan cara mengubah bentuk dan menciptakan varian rasa baru. Inovasi dari segi bentuk yaitu terdapat sarabba dalam bentuk instan dan sarabba dalam bentuk eskrim. Sedangkan dari varian rasa terdapat rasa mocca, coklat, dan susu. Inovasi ini dapat menjadi faktor pendorong sarabba menjadi tren di kalangan anak muda. Kedua, sarabba memiliki potensi untuk menjadi tren di kalangan anak muda tetapi masih dalam ruang lingkup yang terbatas yaitu di Makassar. Dengan banyaknya inovasi sarabba pada masa kini, tentu saja menjadi faktor pendorong sarabba menjadi tren di kalangan anak muda. Tetapi, jika dibandingkan dengan tren kopi, tren sarabba ini cukup sulit untuk direalisasikan

REFERENSI

- Adji, M., & Rahayu, L. M. (2019). Representasi Gaya Hidup Dan tradisi Minum Kopi dalam karya sastra. *Patanjala: Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya*, 11(3), 381. <https://doi.org/10.30959/patanjala.v11i3.523>
- Agustini, N. K., Leton, S. I., & Fernandez, A. J. (2019). Studi Etnomatematika Pada Budaya Masyarakat Larantuka. *Asimtot: Jurnal Kependidikan Matematika*, 1(1), 27-32. <https://doi.org/10.30822/asimtot.v1i1.95>
- Alaslan, A. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. <https://doi.org/10.31237/osf.io/2pr4s>
- Anggraeni, Y. (2019, December 4). *Penulisan Karya Tulis Ilmiah dengan Studi Literatur*. UPT Balai Penyuluhan Pertanian. Retrieved March 25, 2023, from https://www.academia.edu/41185111/PENULISAN_KARYA_TULIS_ILMIAH_DENGAN_STUDI_LITERATUR
- Andi Tenrisanna Syam - Google scholar. (n.d.). Retrieved February 20, 2023, from <https://scholar.google.com/citations?user=59OjccAAAAJ>
- Antara, M., Rahim, A., Antara, M. K., & Br Manurung, D. S. (2021). Upaya peningkatan Pendapatan Petani jahe merah Melalui Pengolahan Jahe Merah Menjadi Sarabba Instan Pada situasi pandemi covid-19. *MONSU'ANI TANO Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 214. <https://doi.org/10.32529/tano.v4i2.1230>
- As, S. Rijal. (2021). *Mengenal Budaya Suku Bugis*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/4rtnx>
- Bab II L Tinjauan Pustaka-Umm. (n.d.). Retrieved March 21, 2023, from <https://eprints.umm.ac.id/41785/3/jiptummp-gdl-nadhyafari-48283-3-babii.pdf>
- Bistara, D. N., & Kartini, Y. (n.d.). Hubungan kebiasaan mengkonsumsi kopi dengan Tekanan Darah Pada Dewasa Muda. *Jurnal Kesehatan Vokasional*. Retrieved March 24, 2023, from <https://jurnal.ugm.ac.id/jkesvo/article/view/34079/20997>.
- Herlyana, E. (2012, June 1). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqafiyat : Jurnal Bahasa, Peradaban dan Informasi*

- Islam*. Retrieved March 25, 2023, from <https://ejournal.uinsuka.ac.id/adab/thaqafiyat/article/view/43>
- Hermawan, L. (n.d.). Reformulasi produk Minuman tradisional Berbasis Jahe - pdf free download. Adoc.pub. Retrieved February 21, 2023, from <https://adoc.pub/reformulasi-produk-minuman-tradisional-berbasisjahe.html>
- Hidayah, N., Sulfahmi, Zairani, I., Yusuf, M., & Sufiati. (n.d.). Combine assurance Dalam Konteks pengendalian. Retrieved March 25, 2023, from <https://journal.stiem.ac.id/index.php/jureq/article/download/379/320>
- Kamil, A. I. (2019). Kopi: Otentisitas Material dan Gaya Hidup. *Aceh Anthropological Journal*, 3(2), 129. <https://doi.org/10.29103/aaj.v3i2.2777>
- Kartiningrum, E. D. (2015). Panduan penyusunan studi Literatur - Stikes Majapahit. Retrieved March 25, 2023, from <https://stikesmajapahit.ac.id/lppm/wp-content/uploads/2019/04/panduan-penyusunan-studi-literatur.pdf>
- Kasim, M. H., Brotodjojo, R., & Kaswidjanti, W. (2021). Strategi Pemberdayaan UKM Sarabba Rajana Yang berdaya saing di pasar produk minuman Sulawesi Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) TABIKPUN*, 2(3), 213-222. <https://doi.org/10.23960/jpkmt.v2i3.57>
- Malisan, M. G. P. (n.d.). TREND NGOPI SEBAGAI GAYA HIDUP BARU DI KALANGAN ... -fisip-unmul.ac.id. Retrieved March 21, 2023, from [https://www.ejournal.ps.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2021/05/Margreth%20Gramanda%20Parinding%20Malisan%20\(05-21-21-05-38-52\).pdf](https://www.ejournal.ps.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2021/05/Margreth%20Gramanda%20Parinding%20Malisan%20(05-21-21-05-38-52).pdf)
- Mengenal Budaya Suku Bugis Pendekatan Misi Terhadap Suku Bugis. (n.d.). Retrieved February 20, 2023, from https://www.researchgate.net/publication/329016857_Mengenal_Budaya_Suku_Bugis_Pendekatan_Misi_Terhadap_Suku_Bugis.
- Mustakim, M. (n.d.). Pengolahan Sarabba Bubuk Instan di Desa Rossoan, Kabupaten Enrekang. *MASPUL JOURNAL OF COMMUNITY EMPOWERMENT*. Retrieved February 21, 2023, from <https://ummaspul.e-journal.id/pengabdian/article/view/800>
- Nadhira Putri, A., & Bustani, S. (2022). Unsur Kebaruan Dalam desain Industri Kemasan Minuman Jahe. *Reformasi Hukum Trisakti*, 4(3), 671-680. <https://doi.org/10.25105/refor.v4i3.13853n>
- Nurkholis, A. (2018). Mengenal Pusat Kebudayaan Maritim: Suku Bajo, Suku Bugis, Suku Buton, Suku Mandar di Segitiga Emas Nusantara. <https://doi.org/10.31227/osf.io/t2xup>
- Pramelani, P. (2020). Faktor Ketertarikan Minuman Kopi kekinian terhadap Minat Beli Konsumen Kalangan Muda. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 121-129. <https://doi.org/10.33369/insight.15.1.121-129>
- Rusman, M., Nurfajrianti, Halim, A. Y., & Palupi, S. N. D. (1970, January 1). Sosialisasi Dan Komersialisasi Sarabba Sebagai Minuman Kesehatan khas Sulawesi Selatan. IPB Repository. Retrieved February 21, 2023, from <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/33106>
- Sarabba Minuman herbal Khas Bugis Makassar penulis; Yohanes Benediktus. (n.d.). Retrieved February 20, 2023, from <https://imbasadi.files.wordpress.com/2019/05/universitas-hasanuddin.pdf>
- Setyowati, S. (2014). ETNOGRAFI Sebagai metode Pilihan Dalam Penelitian Kualitatif di Keperawatan. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 10(1), 35-40. <https://doi.org/10.7454/jki.v10i1.171>

- Wulandari, K. A., & Iriani, S. S. (2020). Store atmosphere Dan Gaya Hidup Hedonis Sebagai Penentu Keputusan Pembelian (Studi Pada konsumen Rolag Kopi Kayoon Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 909. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p909-920>
- Wiboworini, B., & Shabrina, A. (2021). Pembuatan Minuman herbal sederhana dari Jahe Untuk Mendukung IMUNITAS Melawan covid-19. *Smart Society Empowerment Journal*, 1(3), 108. <https://doi.org/10.20961/ssej.v1i3.56093>
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal Of Scientific Communication (JSC)*, 1(1). <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>
- Zed, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.