

Pengembangan Usaha Kedai Kopi berbasis *Single Origin* di Desa Catur Kintamani Kabupaten Bangli

¹*Putu Chris Susanto, ²I Wayan K Teja Sukmana, dan ³Dylla Hanggaeni Dyah
Puspaningrum

^{1,2} Fakultas Ekonomika dan Humaniora, Universitas Dhyana Pura

³ Fakultas Ilmu Kesehatan, Sains dan Teknologi, Universitas Dhyana Pura

*Email: chris.susanto@undhirabali.ac.id

ABSTRAK

Unit Usaha Produktif (UUP) Catur Paramitha selama ini memproduksi kopi Arabika *specialty* dengan kualitas premium. UMKM ini bermitra dengan Tim Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Universitas Dhyana Pura untuk merealisasi peluang dalam mendukung pengembangan Desa Wisata Catur dengan membuka sebuah kedai kopi (*coffee shop*) di area produksi UUP Catur Paramitha. Kedai kopi ini menawarkan keunikan tersendiri karena selain pengunjung bisa menikmati kopi *blend* yang berasal dari satu daerah saja (*single origin specialty coffee*) namun juga dapat melihat langsung proses budidaya, pengolahan, dan produksi kopi yang dinikmatinya. Berdasarkan lima permasalahan mitra, Tim PKM menawarkan solusi dan melaksanakan kegiatan yaitu: (1) pendampingan perancangan konsep kedai kopi, (2) pendampingan perencanaan menu dan perancangan produk kopi serta panganan komplementer, (3) pelatihan hygiene dan sanitasi, (4) pelatihan *sequence of service*, dan (5) pendampingan pemasaran daring. Hasil yang didapat dari kegiatan PKM ini adalah: (1) mitra memiliki konsep kedai kopi *single origin* yang mengusung tema “Kopi Lokal, Cita Rasa Global”, (2) mitra memiliki menu dan resep standar untuk penyajian kopi dengan beragam metode seduh, serta mampu membuat kukis sebagai panganan pendamping/komplemen kopi, (3) mitra terlatih dalam hal hygiene pribadi dan sanitasi, (4) mitra terlatih dalam hal tata cara pelayanan tamu, dan (5) mitra memiliki media promosi daring melalui akun Instagram, laman Facebook, situs web, dan profil di Google Maps. Dampak bagi mitra adalah meningkatnya pendapatan mitra meningkat sebanyak 40% dari sebelumnya, yaitu secara langsung melalui penjualan beragam minuman berbasis kopi di *coffee shop*, maupun secara tidak langsung melalui peningkatan penjualan produk kopi eceran yang disediakan mitra.

Kata kunci : UMKM, kedai kopi, *single origin*, perancangan menu, pelatihan *food service*

ABSTRACT

UUP Catur Paramitha has been producing high quality *specialty* Arabica coffee. This micro enterprise partnered with community empowerment team of Universitas Dhyana Pura to actualize the opportunity to open a *single origin* coffee shop, in which guests can enjoy different coffee preparation method using locally produced *single origin* coffee. Based on the partner's challenges, the team from Universitas Dhyana Pura conducted several steps program: (1) development of coffee chop concept, (2) menu design and product development, as well as training in cookie making, (3) training on hygiene and sanitation, (4) training on *sequence of service*, and (5) online marketing. The output of this program include: (1) the development of a unique coffee shop concept “Locally Farmed, Freshly Prepared, Universally Enjoyed,” (2) the development of menu and standardized recipe for coffee and accompaniment, (3) improved hygiene and sanitation practices, (4) improved *sequence of service* capability, and (5) online promotion through Instagram, Facebook, Google Maps, and website. The impact for the partner is the increased in sales of 40% compared to before opening the coffee shop, directly through sales of coffee beverages in the coffee shop, and indirectly through the increased sale of retail coffee products offered by the partners at the facility.

Keywords: SMEs, coffee shop, *single origin*, menu planning, food service training

PENDAHULUAN

Desa Catur merupakan sebuah desa yang terletak di ujung barat Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, sekitar 57 km dari Kota Denpasar dan dapat ditempuh dalam waktu 90-100 menit dari pusat Kota. Desa ini terletak di segitiga strategis yang menghubungkan Kabupaten Bangli, Kabupaten Badung, dan Kabupaten Buleleng. Secara administratif, desa swadaya ini dipimpin oleh seorang Perbekel (Kepala Desa) yang dipilih secara demokratis dan menaungi tiga banjar (lingkungan) yakni Banjar Lampu, Catur, dan Mungsengan. Desa Catur terletak ketinggian antara 1000-1300 m dpl, dengan topografi berbukit yang sangat cocok untuk pertanian lahan kering dan perkebunan. Sama seperti desa-desa di Kecamatan Kintamani pada umumnya, pertanian merupakan mata pencaharian utama Desa Catur yang memiliki luas 7,56 km² (BPS Kabupaten Bangli, 2018). Komoditas utama yang menjadi tumpuan perekonomian masyarakat dalam dua dekade terakhir adalah perkebunan kopi. Kopi yang dibudidayakan di Desa Catur termasuk varietas Arabika dan sudah memiliki Indikasi Geografis serta terdaftar sebagai Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) “Kopi Arabika Kintamani Bali” sejak 5 Desember 2018 (Ardana, 2019). Hal ini berarti bahwa ada faktor geografis, alam, iklim, tanah, dan ketinggian yang menyebabkan adanya karakteristik tertentu pada produk yang dihasilkan yaitu produk kopi dengan cita rasa khas dan cenderung memberikan kesan unik asam “*nano-nano*” (Suyasa et al., 2018).

Budidaya kopi jenis Arabika di Desa Catur dilakukan oleh masyarakat yang tergabung dalam organisasi Subak. Salah satu Subak adalah Subak Abian Wana Sari Kenjung (AWSK) dengan jumlah anggota mencapai 55 kepala keluarga. Subak tersebut berlokasi di wilayah Banjar (Lingkungan) Mungsengan, Desa Catur. Subak AWSK menerapkan langkah-langkah dan prosedur produksi sesuai sertifikat Indikasi Geografis, mulai dari petik merah (95% biji kopi yang dipetik harus sudah merah), perambangan, fermentasi, pencucian, pengeringan (sampai menyisakan 12% kadar air), menyangrai, dan pembuatan serbuk kopi (khusus yang

dipasarkan dalam bentuk kopi bubuk/serbuk), serta pengemasan.

Subak AWSK membentuk sebuah Unit Usaha Produktif (UUP) yang diberi nama “Catur Paramitha” dan dipimpin oleh I Gusti Ngurah Rupa sebagai manajer. UUP Catur Paramitha bertujuan untuk mengolah kopi hasil produksi Subak AWSK ke tahap hilirisasi sehingga menghasilkan produk kopi beans (biji kopi) dan kopi bubuk siap konsumsi. Usaha tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan anggota Subak AWSK, karena bukan hanya komoditas HS (biji kopi hijau) yang dihasilkan, tetapi juga bisa menghasilkan kopi siap konsumsi yang bernilai ekonomis tinggi. Subak AWSK dapat menghasilkan 1 ton kopi setiap masa panen.

Berdasarkan proses produksi, UUP Catur Paramitha menghasilkan 2 (dua) klasifikasi produk siap konsumsi, yakni kopi yang diolah dengan proses kering dan kopi yang diolah dengan proses basah. Keduanya dipasarkan dengan merek “Jempolan.” Kopi hasil *wet process* memiliki nilai ekonomis lebih tinggi, karena melalui proses fermentasi yang mengeluarkan aroma dan cita rasa khas Kopi Arabika Kintamani (Kutschenreuter et al., 2020; Suyasa et al., 2018). Proses fermentasi dilakukan selama 12, 24, atau 36 jam. Semakin lama proses fermentasi, maka cita rasa asam Kopi Arabika Kintamani yang dihasilkan semakin kuat. Kopi hasil *dry process* kemasan 160 gr dijual ke distributor dengan harga Rp. 10.000,- sedangkan kopi hasil *wet process* dengan kemasan sama dijual Rp. 50.000,- (Gambar 1).



Gambar 1. Kondisi mitra dari pembibitan kopi sampai pengemasan

Permasalahan yang dihadapi mitra sebenarnya muncul dari peluang yang dimiliki mitra. Berdasarkan Peraturan Bupati Bangli nomor 4 tentang Desa Wisata di Kabupaten Bangli (Kabupaten Bangli, 2018), Desa Catur sudah dijadikan sebagai salah satu desa wisata di Kabupaten Bangli. Manajer UUP Paramitha, I Gusti Ngurah Rupa, bahkan

dipilih menjadi ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Catur untuk periode 2018-2020. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, agro wisata kopi merupakan salah satu potensi utama pengembangan desa wisata Catur Kintamani, di samping potensi wisata lain berupa wisata alam, budaya, dan religi (Susanto et al., 2018). Program kegiatan yang dilakukan merekomendasikan mengembangkan wisata kopi sebagai *anchor* (daya tarik utama) Desa Wisata Catur dengan slogan (*tagline*) “*Explore the Nature. Engage the Culture. Enjoy the Coffee*” (Wulandari et al., 2018).

Peluang yang dilirik mitra dalam mendukung pengembangan desa wisata Catur adalah membuka sebuah kedai kopi (*coffee shop*) di area produksi UUP Catur Paramitha, yang kebetulan terletak di pinggir jalan raya. Kedai kopi ini menawarkan keunikan tersendiri kepada pengunjung karena selain bisa menikmati kopi *blend* yang berasal dari satu daerah saja (*single origin specialty coffee*), juga dapat melihat langsung proses budidaya, pengolahan, dan produksi kopi.

Permasalahan yang dihadapi mitra ketika ingin menggeluti usaha penyajian makanan dan minuman (*Food & Beverage Service*) adalah masih minimnya pengetahuan dan keterampilan dalam hal tersebut. Oleh karena itu, mitra mengajak tim pengusul PKM untuk bekerja sama dalam beberapa hal terkait dengan manajemen, operasional, dan pemasaran layanan F&B yang dirintis. Di samping bermitra dengan tim pengusul dari Universitas Dhyana Pura, mitra telah mendapatkan dukungan berupa mesin espresso modern dari hibah CSR Bank Pembangunan (Daerah (BPD) Bali serta set peralatan seduh kopi secara manual (*manual brew*) dari hibah CSR Perusahaan Umum Jaminan Kredit Indonesia (Jamkrindo) yang juga disertai dengan pelatihan *barista*. Sebelumnya, kunjungan tamu yang datang ke UUP Catur Paramitha disuguhkan kopi tubruk ala Kopi Bali atau dengan alat *espresso* sederhana apabila ada permintaan dari tamu. Namun hal ini belum dilakukan secara kontinu, karena masih bersifat insidental. Oleh karena itu, dengan momentum Desa Wisata yang mulai menggeliat dan program hibah BPD Bali dan Jamkrindo, Mitra UUP Catur Paramitha berkeinginan untuk

membuka sebuah kedai kopi di lokasi produksi Kopi Arabika ‘Jempolan’ mereka.

Mitra mengajak tim PKM Undhira untuk mendampingi dalam beberapa hal pendukung pelayanan/penyajian makanan dan minuman yang masih diperlukan sebagai suplemen hibah BPD Bali agar hibah alat pengolah kopi siap saji modern dapat dioptimalkan dan usaha kedai kopi ini dapat mendukung pengembangan desa wisata Catur. Mitra mengajak Tim untuk membantu mereka mendesain, merencanakan, dan membuat jenis panganan yang disajikan sebagai komplemen dari produk kopi arabika mitra. Adapun pendampingan yang diperlukan mulai dari eksplorasi konsep kedai kopi, perencanaan menu makanan dan minuman yang ditawarkan, pengolahan dan penyajian makanan dan minuman secara higienis dan saniter, proses pelayanan makanan dan minuman (*sequence of service*), serta pemasaran kedai kopi dengan keunikan yang dapat dikomersialkan secara daring.

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi

Terdapat lima solusi yang ditawarkan tim dari permasalahan mitra di antaranya:

- (1) Pendampingan pengembangan konsep kedai kopi UUP Catur Paramitha. Pendampingan ini diharapkan dapat menghasilkan suatu konsep yang cocok dengan konteks dan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki mitra, sesuai dengan kemampuan mitra mengeksekusi, serta direspon secara baik oleh segmen pasar yang disasar. Dalam proses ini, mitra mendapatkan pendampingan intensif, termasuk dalam penentuan segmen pasar yang cocok dan cara mengembangkan konsep yang menyasar segmen tersebut. Manfaatnya adalah membedakan diri dari pesaing, memperkuat identitas usaha di benak konsumen, dan mempermudah komunikasi kepada publik (Sukmana, 2018).
- (2) Pendampingan perancangan dan penyusunan menu yang berfungsi sebagai alat penjual, serta berperan dalam pengendalian biaya, penetapan harga jual, serta formulasi resep terstandar (Sukmana, 2018). Tim

mendampingi mitra mulai dari *brainstorming* jenis menu yang akan ditawarkan; mengeliminasi *item* menu yang tidak sesuai dengan konsep; memformulasi menu yang bisa ditawarkan dengan kontinu dan konsisten; merancang resep terstandar beserta tarakan dan ukuran porsi penyajiannya; serta menghitung biaya produksi dan menentukan harga jual masing-masing jenis menu. Di samping menu yang memfokuskan pada olahan kopi, Tim juga melatih mitra dalam merancang, membuat, dan menyajikan panganan komplementer.

- (3) Pelatihan pengolahan dan penyajian makanan dan minuman sesuai dengan prinsip *hygiene* dan sanitasi, yang mengajarkan prinsip-prinsip keselamatan dan kesehatan dalam pengolahan dan penyajian makanan dan minuman. Mitra diberikan pelatihan mengenai dasar-dasar prinsip *hygiene* dan sanitasi, termasuk perbedaan antara keduanya; faktor resiko dalam penerapan *hygiene* dan sanitasi; prinsip dan langkah-langkah *hygiene* pribadi dan lingkungan kerja; prosedur dan sarana sanitasi untuk lingkungan kerja, makanan dan minuman yang disajikan; kebersihan dan kesehatan yang meliputi pekerja, peralatan, sarana penyajian, ruang penyimpanan, serta pembersihan peralatan.
- (4) Pelatihan proses pelayanan makanan dan minuman yang mengikuti *sequence of service* yang berlaku standar di industri hotel dan restoran, mencakup pengenalan konsep *mise en place*, serta pelatihan intensif *sequence of service* (*greeting, escorting, sitting, presenting the menu, taking order, transmitting order, serving, checking, presenting the bill, receiving payment*). Pengenalan dan pelatihan terkait pelayanan makanan dan minuman ini akan mengikuti standar yang sudah dibukukan oleh anggota Tim dalam "Hotel F&B Service Operation" (Sukmana, 2017).
- (5) Pendampingan pemasaran kedai kopi secara daring yang mengedepankan suatu keunikan yang dapat dikomersialkan (*Unique Selling Proposition*), yang mencakup formulasi 4P dalam

pemasaran (mencakup Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi), strategi STP Pemasaran (*Segmenting, Targeting, Positioning*), serta menciptakan kampanye promosi melalui media cetak, media daring dan luring yang mengikuti konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*).

Target Luaran

Target luas dari kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini adalah mitra Unit Usaha Produktif Catur Paramitha yang berjumlah 55 orang dan dipimpin oleh I Gusti Ngurah Rupa sebagai manajer. Lebih spesifik, target utama dari PKM ini adalah 5-8 anggota kunci yang setiap hari bertugas di UUP dalam memproduksi kopi Jempolan. Mereka juga bertugas menjadi *barista* sekaligus pramusaji di kedai kopi. Di samping itu, untuk kegiatan *hygiene* sanitasi, produksi panganan pendamping kopi, serta *sequence of service*, dilibatkan 15-20 anggota yang terlibat dalam produksi panganan serta dilibatkan di kedai kopi apabila ada tamu grup atau *event*. Luaran untuk masing-masing solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

- (1) Konsep kedai kopi yang akan diusung oleh kedai kopi UUP Catur Paramitha, sekaligus dapat menjiwai kekuatan dan keunikan yang dimiliki Mitra serta kebutuhan dan keinginan pasar. Di samping itu diharapkan tercipta suatu *brand* yang menjiwai konsep dan keunikan tersebut.
- (2) Menu dan resep terstandar yang mampu untuk dilaksanakan secara kontinu dan konsisten, serta sesuai dengan konsep. Menu standar terdiri dari 10 sampai 20 *item*, masing-masing berisi deskripsi, resep standar, takaran resep yang mudah dikonversi sesuai kuantitas produksi, ukuran standar penyajian, biaya produksi, dan harga jual. Ditambah juga implementasi produk panganan pendamping kopi yang menjadi pelengkap (komplemen) setiap hidangan kopi di kedai kopi.
- (3) Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan mitra dalam hal produksi dan penyajian makanan dan minuman secara higienis dan saniter. Hal ini dinilai dari meningkatnya pemahaman mitra

dari *pre-test* ke *post-test* yang dilakukan mengenai topik-topik *hygiene* dan sanitasi yang dilatihkan, sehingga tingkat ketuntasan belajar peserta pelatihan mencapai minimal 80%.

- (4) Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan mitra dalam memahami dan mempraktekkan *sequence of service*. Hal ini akan ditunjukkan dari meningkatnya kemampuan anggota mitra yang mengikuti pelatihan *sequence of service* dari tidak mampu menjadi mampu dengan tingkat akurasi dalam mempraktekkan *sequence of service* sebesar 80%.
- (5) Terlaksananya kegiatan pemasaran secara daring. Hal ini dilakukan melalui membuat akun media sosial di *Instagram*, *Facebook*, *YouTube*, serta laman *web* untuk menciptakan *online presence* kedai kopi, serta sebagai sarana pemasaran bagi target pasar yang ditentukan. Di samping itu, anggota mitra yang bertugas di bidang pemasaran mampu mengunggah *posting* di media sosial.

METODE PELAKSANAAN

Metode Penerapan Ipteks

Tahapan pelaksanaan PKM yang telah diterapkan adalah sesuai dengan lima rancangan solusi, sebagai berikut:

- (1) Tahap *brainstorming* dan pengembangan konsep kedai kopi, yang meliputi *Focus Group Discussion* (FGD) guna menentukan konsep kedai kopi. Dalam tahapan ini telah dilakukan pendampingan/konsultasi dalam FGD terhadap anggota kunci mitra untuk mengeksplorasi konsep yang menarik dan memungkinkan untuk diimplementasi. Mitra berpartisipasi aktif dalam mengeksplorasi kekuatan dan keunikan konsep usaha yang dikembangkan, serta memberikan umpan balik (Gambar 2).



Gambar 2. Sosialisasi dan FGD

Tahap perancangan menu dan pengembangan produk yang terdiri dari empat sub-tahapan yakni:

- a. *Focus Group Discussion* (FGD) yang melibatkan anggota kunci Mitra untuk mengeksplorasi jenis-jenis dan susunan hidangan menu melalui *brainstorming*, memilih *item* mana saja yang akan dicantumkan dalam menu, diikuti dengan mengeliminasi item yang tidak sesuai dengan konsep atau kemampuan menyajikan.
- b. Menyusun daftar *item* dalam menu, menyusun resep standar/baku, membuat takaran resep yang mudah dikonversi sesuai kuantitas produksi, menentukan ukuran standar penyajian, biaya produksi, dan harga.
- c. Mensosialisasikan, mempraktekkan, dan melatih produksi serta penyajian makanan dan minuman dalam menu (Gambar 3).
- d. Merancang pengembangan produk dan memberikan pelatihan pembuatan panganan pendamping kopi (komplementer) berupa kukis, terdiri dari satu resep standar yang menghasilkan empat varian kukis dari resep dasar yang sama: *Coconut*, *Brown Sugar* and *Cinnamon*, *Chocolate* dan *Cheese*.



Gambar 3. Pelatihan Menu Kopi

- (2) Tahap pelatihan prinsip *hygiene* dan sanitasi untuk pengolah dan penyaji makanan dan minuman, yang meliputi pelatihan prosedur dan sarana sanitasi untuk lingkungan kerja serta makanan dan minuman yang diproduksi/disajikan; kebersihan dan kesehatan yang meliputi pekerja, peralatan, sarana penyajian, dan sarana pembersihan alat; serta pelatihan dasar-dasar prinsip *hygiene* dan sanitasi, faktor resiko dalam, prinsip personal *hygiene* dan sanitasi lingkungan kerja (Gambar 4). Sebelum pelatihan diadakan *pre-test* terhadap 18 anggota mitra. Setelah pelatihan diadakan *post-test*.



Gambar 4. Pelatihan Hygiene dan Sanitasi

- (3) Tahap pelatihan proses pelayanan makanan dan minuman yang mengikuti *sequence of service* yang berlaku standar di industri hotel dan restoran, yang meliputi *greeting, escorting, sitting, presenting the menu, taking order, transmitting order, serving, checking, presenting the bill, receiving payment* (Gambar 5).



Gambar 5. Pelatihan Sequence of Service

- (4) Tahap pendampingan pemasaran kedai kopi, yang terbagi menjadi dua sub-tahapan yakni:

- Identifikasi keunikan yang dapat dikomersialisasikan (*Unique Selling Proposition*) dan penentuan strategi *Segmenting, Targeting, Positioning*.
- Penyusunan dan implementasi kampanye pemasaran daring dengan konsep AIDA dalam pemasaran (*Attention, Interest, Desire, Action*).

Rancangan Evaluasi

Evaluasi kegiatan PKM serta keberlanjutannya dipastikan dengan:

- Untuk pendampingan penyusunan konsep kedai kopi, perancangan menu, serta perancangan produk, mitra memberi evaluasi terhadap kegiatan yang dilakukan bersama tim dengan cara memberikan umpan balik secara langsung. Dalam proses tersebut, ada beberapa kali *trial-and-error* baik dalam penyusunan konsep, perencanaan menu, pendampingan serta pelatihan membuat produk, sehingga pada akhirnya didapatkan menu serta resep standar yang sesuai dengan kondisi, kompetensi, serta kebutuhan mitra.
- Untuk kegiatan pelatihan *hygiene* dan sanitasi evaluasi dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test*, sehingga terlihat adanya peningkatan pengetahuan mitra.
- Untuk kegiatan pelatihan *sequence of service*, Tim melakukan uji coba dan observasi terhadap kemampuan mitra dalam hal pelayanan terhadap tamu sebelum dan sesudah pelatihan diberikan, untuk mengetahui adanya peningkatan keterampilan anggota kunci mitra dalam hal *sequence of service*.
- Untuk evaluasi tahap akhir akan dilakukan dengan meminta anggota mitra mengisi formulir kepuasan mitra.
- Untuk keberlanjutan di lapangan, setelah PKM ini berakhir akan dimonitor secara karena tim pengabdian terlibat juga dalam program pengembangan desa wisata dan pemberdayaan masyarakat melalui kelompok wanita di Catur. Dengan demikian, kegiatan di mitra UUP Catur Paramitha juga akan terus dapat dimonitor.
- Keberlanjutan di lapangan setelah tahun 2020 juga dapat dimonitor karena Universitas Dhyana Pura memiliki

proyek jangka panjang dan investasi di Desa Catur, bahkan sudah menjadi ‘warga desa’ karena memiliki lahan percontohan kebun herbal yang akan terus dikembangkan untuk menjadi laboratorium hidup sekaligus mendukung program Desa Wisata Catur.

Partisipasi Mitra

Dalam pelaksanaan PKM ini, mitra berpartisipasi aktif dalam setiap tahap pendampingan, pelatihan, dan evaluasi. Manajer mitra beserta anggota kunci yang sehari-hari terlibat aktif dalam pengelolaan kedai kopi berkomitmen untuk menjalankan dan menyajikan menu seperti yang telah dirancang bersama, serta panganan yang dilatihkan berupa kukis. Anggota kunci mitra yang mengikuti proses pendampingan dan pelatihan diharapkan menjadi pelatih bagi anggota lain sehingga terjadi efek *multiplier*.

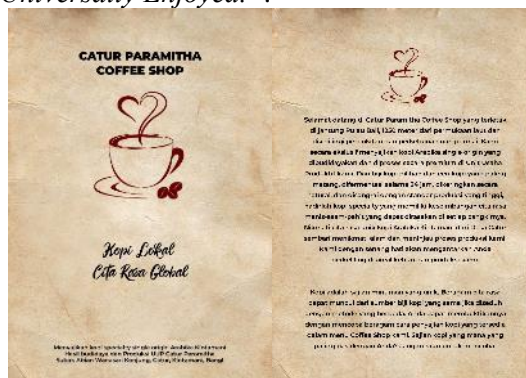
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Konsep Kedai Kopi

Tim bersama mitra telah merancang konsep kedai kopi *single origin*, berdasarkan hasil FGD dan komunikasi kontinu dengan mitra. Konsep ini sangat cocok karena kedai kopi tersebut secara eksklusif menyajikan kopi yang dibudidayakan, diolah, disangrai, hingga diseduh dan disajikan di satu tempat yang sama. Hal tersebut sekaligus merupakan keunikan (*Unique Selling Point*) dari kedai kopi ini, karena di tempat ini pengunjung selain dapat menikmati kopi Arabika Kintamani dengan cita rasanya yang unik, juga dapat melihat dan berkeliling fasilitas pembudidayaan dan pengolahan kopi. Keunikan lainnya yang dieksplorasi melalui proses pendampingan adalah kedai kopi ini dapat mengedepankan *versatility* kopi melalui beragam metode penyajian. Berbeda dengan kedai kopi “*zaman now*” yang menyediakan ragam kopi dari berbagai wilayah, kedai kopi di Catur ini secara eksklusif menggunakan kopi Arabika produksi sendiri, namun diseduh dengan beragam metode sehingga pengunjung dapat mengecap aneka cita rasa kopi yang berasal dari satu tempat yang sama.

Mitra memilih untuk menggunakan *branding* “Catur Paramitha Coffee Shop”, untuk lebih mengedepankan usaha mereka dengan nama yang sama. Kedai kopi ini juga

merupakan kepanjangan tangan dari UUP Catur Paramitha. Dikedepankan juga nama desa Catur sehingga lokalitas *single origin* kopi yang disajikan dapat terlihat langsung dalam namanya. Sementara itu, Tim bersama Mitra memilih motto “Kopi Lokal, Cita Rasa Global” (Gambar 6). Dari satu kopi dan satu lokasi, didapatkan cita rasa yang beragam bahkan global. Hal tersebut juga direfleksikan dalam suguhan menu yang dikembangkan bersama. *Tagline* yang diangkat adalah “*Locally Farmed, Freshly Prepared, Universally Enjoyed.*”.



Gambar 6. Konsep dan Filosofi Menu

Perencanaan Menu dan Pengembangan Produk

Proses pendampingan telah menghasilkan perencanaan menu dan pengembangan produk dalam bentuk daftar menu, yang dikembangkan tim bersama dengan mitra, penyusunan resep terstandar, sosialisasi menu kepada anggota kunci mitra, serta pelatihan membuat masing-masing *item* menu yang belum dikuasai anggota kunci mitra. Menu yang dirancang bersama terdiri dari empat bagian yaitu: (1) Secangkir Kopi Keliling Dunia, yang mengedepankan beragam metode penyeduhan kopi dari Kopi Bali, *French Press*, *Vietnamese Drip*, Kopi Turki, Colombiano, dan *Italian Moka Pot*, (2) Kopi Berbasis Espresso yang terdiri dari *Single* dan *Double Espresso*, *Capucinno*, dan *Latte*, (3) *Manual Brew* yang merupakan kopi seduh manual dengan metode *V60*, *Syphon*, dan *Aeropress*, serta (4) Teh yaitu *Cascara* yang terbuat dari ceri kulit kopi yang dikeringkan (Gambar 7). Dengan demikian, keseluruhan menu yang ditawarkan Catur Paramitha Coffee Shop berasal dari kopi dan produk sampingannya (*by-products*).



Gambar 7. Menu Coffee Shop

Setelah mendapatkan menu yang dikembangkan bersama, Tim mendampingi mitra dalam menyusun resep terstandar untuk setiap *item* menu (Gambar 8).

VIETNAMESE DRIP			
Persiapan:	Bahan Baku	Takaran Kuantitas	Prosedur Pembuatan
- Pita filter merek <i>Phonemore drip</i>	Susu kental manis	12 ml	1. Tuangkan 4 sdm susu kental manis ke dalam cangkir kopi yang sudah disiapkan.
- Telor leher angsa	Kopi bubuk giling	15 gram	2. Tuangkan 6 sdm bubuk kopi giling medium ke dalam Pita filter yang sudah disiapkan.
- Cangkir kopi kecil			3. Tabur bubuk kopi di atas Pita filter dengan air bersih, namun jangan terlalu banyak.
- Sendok teh			4. Masukkan 100 ml air, setelah mendidih, tuang ke dalam cangkir kopi yang sudah disiapkan.
- Gelas kecil untuk air putih			5. Setelah 15 menit, tuang susu ke dalam Pita filter.
Bahan-bahan:			6. Setelah 15 menit, tuang susu ke dalam Pita filter.
UNTUK CUP KECIL			7. Tuang Pita filter yang sudah disiapkan ke dalam cangkir kopi yang sudah disiapkan.
- 3 sendok teh bubuk kopi (giling medium-fine grind)			8. Setelah 15 menit, tuang susu ke dalam Pita filter.
- 2 sendok teh susu kental manis			9. Setelah 15 menit, tuang susu ke dalam Pita filter.
- 60 ml air matang			10. Setelah 15 menit, tuang susu ke dalam Pita filter.
UNTUK CUP SEDANG			
- 6 sendok teh bubuk kopi (giling medium-fine grind)			
- 4 sendok teh susu kental manis			
- 120 ml air matang			
Langkah-langkah:			
1. Tuangkan 2 sendok teh susu kental manis ke dalam cangkir kopi kecil, sudah disiapkan.			
2. Tuangkan 3 sendok teh kopi ke dalam Pita filter yang sudah disiapkan.			
3. Tabur bubuk kopi di atas Pita filter dengan air bersih, namun jangan terlalu banyak.			
4. Masukkan Pita filter ke atas cangkir kopi yang sudah disiapkan.			
5. Masukkan 60 ml air, setelah mendidih, tuang ke dalam cangkir kopi yang sudah disiapkan.			
6. Setelah 15 menit, tuang susu ke dalam Pita filter.			
7. Tuang Pita filter yang sudah disiapkan ke dalam cangkir kopi yang sudah disiapkan.			
8. Setelah 15 menit, tuang susu ke dalam Pita filter.			

Gambar 8. Contoh Resep Terstandar

Mitra telah mendapatkan pelatihan penyajian kopi berbasis *espresso* dari CSR BPD Bali dan Jamkrindo. Namun, dari proses pengembangan konsep “Secangkir Kopi Keliling Dunia” serta untuk menarik konsumen milenial, tim melatih beberapa teknik penyajian kopi *manual brew*. Pelatihan yang diberikan mencakup lima metode penyeduhan: (1) *Vietnamese Drip*, (2) Kopi Turki, (3) *Colombiano*, (4) *Italian Moka Pot*, dan (5) kopi seduh dingin (Gambar 9).



Gambar 9. Pelatihan Turkish Coffee dan Vietnamese Drip

Tim juga melatih pembuatan kukis sebagai panganan pendamping kopi, karena menurut standar yang berlaku secara internasional penyuguhan kopi didampingi

dengan segelas air putih dan garnish berupa kue atau panganan yang manis-gurih-renyah. Tim melatih mitra membuat kukis yang berasal dari satu resep dasar, namun bisa dikembangkan menjadi empat varian yaitu *Coconut*, *Brown Sugar* and *Cinnamon*, *Chocolate* dan *Cheese* (Gambar 10).



Gambar 10. Hasil Pelatihan Pembuatan Kukis

Pelatihan Hygiene Dan Sanitasi

Tim juga memberikan materi mengenai *hygiene* perorangan dan sanitasi untuk pengolah dan penyaji makanan dan minuman. Pelatihan tersebut disertai dengan praktek mencuci tangan, mencuci piring dan gelas saji dengan metode tiga wadah (*three sink method*). Sebelum mengikuti pelatihan, anggota mitra (18 orang) mengisi *pre-test* yang terdiri dari 20 butir pertanyaan, untuk menilai pemahaman mereka tentang *hygiene* perorangan dan sanitasi. Dari 18 peserta, terdapat 3 orang yang kurang dalam pengelihan sehingga tim membantu dengan membacakan soal kepada mereka.

Hasil *pre-test* Pada Tabel 1 menunjukkan hanya 22% dari peserta pelatihan yang meraih hasil dalam kriteria sangat baik ($\geq 80\%$ benar). Rerata nilai pemahaman untuk mitra dari hasil *pre-test* adalah sebesar 70% dengan standar deviasi 12,9 (baik).

Tabel 1. Distribusi Hasil Nilai Pre-Test Hygiene dan Sanitasi

Kriteria	Rentang Nilai	Jumlah	Persentase
Sangat Baik	$\geq 80\%$	4	22%
Baik	60% - 79%	12	67%
Cukup	40% - 59%	2	11%
Kurang	20% - 39%	0	0%
Sangat Kurang	0% - 19%	0	0%
Jumlah		18	100%

Dapat dikatakan bahwa pemahaman mitra terhadap *hygiene* personal dan sanitasi sudah cukup baik, karena sebelumnya sudah pernah ada pelatihan-pelatihan, jadi yang Tim lakukan hanya menegaskan materi saja dan memberikan contoh aplikatif beserta demonstrasi dan praktek.

Materi yang diberikan meliputi perbedaan antara ranah *hygiene* dan sanitasi, pentingnya *hygiene* dan sanitasi (terutama dalam kaitan dengan *foodborne illnesses*), pentingnya menjaga kesehatan diri dan lingkungan bagi pengolah dan penyaji makanan, serta materi spesifik mengenai kebersihan tubuh, kuku, rambut, pakaian. Mitra juga diberikan demonstrasi dan praktek tujuh langkah mencuci tangan.

Setelah pelatihan, anggota mitra mengisi *post-test* yang menilai pemahaman dan penyerapan materi. Hasil yang didapat sangat memuaskan, yakni sebanyak 83% anggota mitra telah memiliki pemahaman yang sangat baik mengenai *hygiene* dan sanitasi, seperti ditunjukkan pada Tabel 2. Di samping itu, rerata pemahaman meningkat dari 70% saat *pre-test* menjadi 86% saat *post-test*, yang menunjukkan tingkat pemahaman sangat baik.

Tabel 2. Distribusi Hasil Nilai *Post-Test Hygiene dan Sanitasi*

Kriteria	Rentang Nilai	Jumlah	Persentase
Sangat Baik	≥ 80%	15	83%
Baik	60% - 79%	1	6%
Cukup	40% - 59%	2	11%
Kurang	20% - 39%	0	0%
Sangat Kurang	0% - 19%	0	0%
Jumlah		18	100%

Pelatihan *Sequence of Service*

Pada awal proses pendampingan dan pelatihan, anggota mitra nampak masih canggung dan kebingungan pada saat menghadapi tamu. Mereka belum terlatih tentang bagaimana harus melayani tamu, dan apa yang akan disuguhkan.

Melalui pendampingan dan pelatihan yang dilakukan Tim, mitra sudah memiliki menu dan resep terstandar. Karena itu, mitra juga harus dilatih bagaimana melayani tamu dengan urutan dan standar pelayanan yang lebih baik dari sebelumnya. Tim memberikan dua kali pelatihan *sequence of service*, dengan

metode demonstrasi dan *role play* tata cara melayani tamu dengan bagan seperti pada Gambar 11. Hasil pelatihan adalah meningkatnya tingkat keterampilan mitra dalam melayani tamu dan menyuguhkan kopi berdasarkan menu yang telah dirancang.

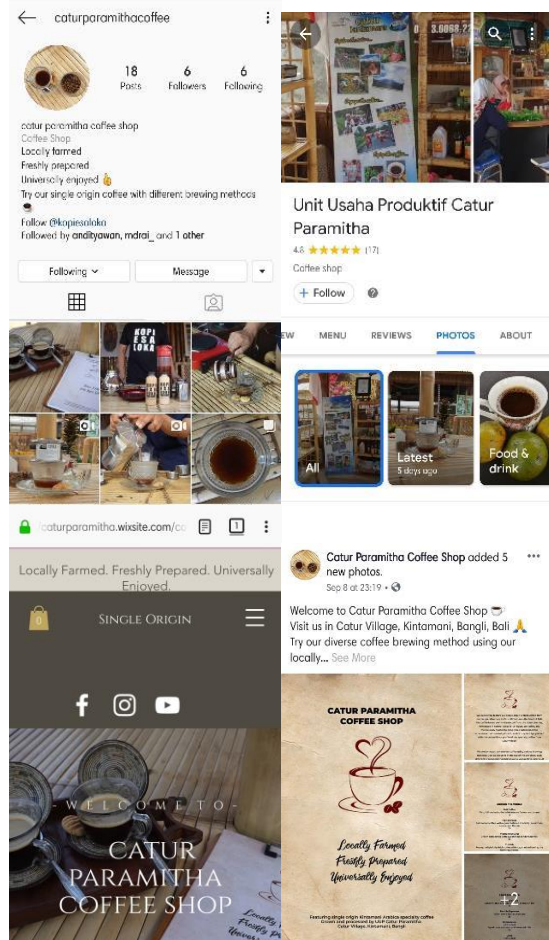


Gambar 11. Bagan Sequence of Service

Pendampingan Pemasaran

Pendampingan pemasaran yang dilakukan oleh tim adalah pemasaran digital melalui media daring, yaitu dengan mendaftarkan akun Instagram (@caturparamitha) dan laman Facebook "Catur Paramitha Coffee Shop" (Gambar 12). Dari diskusi bersama Mitra, target pasar untuk kedai kopi *single origin* ini cenderung berasal dari generasi milenial yang merupakan pecinta kopi, atau yang penasaran dengan kopi (*coffee lover / coffee-curious*). Informasi dan promosi daring dinilai lebih efektif, terutama karena pola pemasaran yang berkembang saat ini adalah pemasaran dari mata ke mata.

Tim juga mendampingi mitra dalam meningkatkan *online presence* melalui pembuatan situs web dan menunggah informasi mengenai Catur Paramitha Coffee Shop ke Google Maps. Strategi mengunggah foto dan video ke Google Maps cukup efektif, karena semakin banyak turis yang merupakan *Free Independent Travelers*, yang berkunjung ke kedai kopi ini karena mereka mendapat informasi di peta daring. Selain itu, tim juga mendampingi mitra dalam membuat situs web <http://caturparamitha.wixsite.com/coffeeshop>.



Gambar 12. Ragam Sarana Promosi Daring

Dampak bagi Mitra

Dampak yang didapat oleh mitra dari pelaksanaan PKM antara lain sebagai berikut:

- (1) Peningkatan pendapatan (*omzet*), melalui dua hal yaitu: (a) peningkatan pendapatan langsung dari hasil penjualan suguhan kopi yang ditawarkan di *coffee shop* yaitu dari tidak ada pemasukan menjadi rata-rata Rp.500.000-Rp.1.000.000 per minggu dalam bulan Juli-Agustus 2019, dan (b) secara tidak langsung melalui peningkatan pembelian kopi eceran yang dijual UUP Catur Paramitha oleh para pengunjung yang mampir karena tertarik dengan *coffee shop* lalu membeli produk kopi eceran, menjadi Rp.4.000.000-Rp5.000.000 per minggunya, atau naik dari Rp.2.500.000-Rp3.500.000 (sekitar 40%) dibandingkan dengan sebelum membuka *coffee shop* (I Gusti Ngurah Rupa, wawancara pribadi, 8 September 2019).

- (2) Peningkatan potensi pendapatan (*earning potential*), karena saat ini Catur Paramitha Coffee Shop sudah memiliki menu dan resep standar yang dapat dibawa pada saat pameran, *expo*, atau kegiatan lainnya sebagai bentuk *event marketing*. Tim juga sengaja memberikan investasi alat yang *portable* karena mengetahui bahwa selain di kedai kopi di Catur, Mitra juga seringkali diundang untuk mengikuti dan membuka stand di berbagai pameran/*expo*.
- (3) Peningkatan standar hygiene, sanitasi, dan layanan yang diberikan oleh anggota kunci Mitra yang bekerja di *coffee shop*.
- (4) Terciptanya potensi waralaba dari kegiatan PKM ini yang digabungkan dengan kegiatan PKM-T mahasiswa yang dibimbing oleh Ketua Tim. PKMT yang lolos ke PIMNAS 2019 ini menghasilkan *packaging* dan *branding* baru "Kopi Esa Loka" untuk produk eceran kopi bubuk dan biji yang menyasar konsumen milenial.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Tim Program Kemitraan Masyarakat bermitra dengan UUP Catur Paramitha yang selama ini memproduksi kopi Arabika *specialty* dengan kualitas premium. Mitra merealisasi peluang dalam mendukung pengembangan desa wisata Catur dengan membuka sebuah kedai kopi (*coffee shop*) di area produksi UUP Catur Paramitha. Kedai kopi ini menawarkan keunikan tersendiri karena selain pengunjung bisa menikmati kopi *blend* yang berasal dari satu daerah saja (*single origin specialty coffee*) namun juga dapat melihat langsung proses budidaya, pengolahan, dan produksi kopi.

Permasalahan mitra dalam memulai *coffee shop* meliputi: (1) perancangan konsep kedai kopi, (2) perencanaan menu, (3) hygiene dan sanitasi, (4) kemampuan dalam hal tata cara melayani tamu, dan (5) pemasaran. Berdasarkan permasalahan tersebut, Tim PKM menawarkan solusi dan melaksanakan kegiatan yaitu: (1) pendampingan perancangan konsep kedai kopi, (2) pendampingan perencanaan menu dan perancangan produk kopi serta panganan komplementer, (3) pelatihan *hygiene* dan sanitasi, (4) pelatihan *sequence of service*, dan

(5) pendampingan pemasaran daring. Hasil yang didapat dari kegiatan PKM ini adalah: (1) adanya konsep kedai kopi *single origin* yang mengusung tema “Kopi Lokal, Cita Rasa Global”, (2) mitra memiliki menu dan resep standar untuk penyajian kopi dengan beragam metode seduh, serta mampu membuat kukis sebagai panganan pendamping/komplemen kopi, (3) mitra terlatih dalam hal hygiene pribadi dan sanitasi, (4) mitra terlatih mengenai tata cara pelayanan tamu (*sequence of service*), dan (5) adanya media promosi daring melalui akun Instagram, laman Facebook, situs web, dan profil di Google Maps.

Dampak bagi mitra adalah meningkatnya kapasitas SDM anggota kunci mitra dalam melayani tamu, baik yang datang untuk menikmati kopi di *coffee shop* maupun membeli produk kopi retail. Di samping itu, potensi pendapatan mitra meningkat secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung, penjualan beragam minuman berbasis kopi di *coffee shop* meningkat selama tahun 2019. Secara tidak langsung, dengan adanya *coffee shop* maka penjualan di usaha retail UUP juga meningkat. Ditambah lagi, potensi pendapatan dan pemasaran UUP semakin meningkat melalui berbagai pameran di mana mitra dapat menyajikan keunikan kopi *single origin*-nya dengan beragam metode penyeduhan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, di antaranya: 1) Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi melalui Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat yang telah membiayai pelaksanaan kegiatan pengabdian dalam skema PKM 2019 dapat berjalan dengan baik serta memberikan manfaat kepada masyarakat; 2) Universitas Dhyana Pura, khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, atas segala dukungannya dalam pelaksanaan program ini; dan 3) Mitra Unit Usaha Produktif Catur Paramitha yang sangat tanggap, kooperatif, dan bersemangat dalam mengembangkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, K. (2019). Kinerja Kelembagaan Perlindungan Indikasi Geografis Kopi Kintamani. *Agricore: Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 2(1).<http://jurnal.unpad.ac.id/agricore/article/view/15073>
- BPS Kabupaten Bangli. (2018). *Kecamatan Kintamani dalam Angka 2018*. BPS Kabupaten Bangli.
- Kabupaten Bangli. (2018). *PERBUP Kab. Bangli No. 4 Tahun 2018 tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Bupati Bangli Nomor 16 Tahun 2014 Tentang Desa Wisata Di Kabupaten Bangli [JDIH BPK RI]*.
- Kutschenreuter, A., Erfiani, N. M. D., Susanto, P. C., & Regina, M. (2020). Marketing Strategies For Kopi Jempolan Brand Of Catur Tourism Village Kintamani. *International Conference on Fundamental and Applied Research (I-CFAR)*.
<https://doi.org/10.36002/icfar.v0i0.982>
- Sukmana, I. W. K. T. (2017). *Hotel food & beverage management*. Wade Print.
- Sukmana, I. W. K. T. (2018). *Hotel food & beverage management* (Vol. 2). Wade Print.
- Susanto, P. C., Adiada, A. A. K., & Suyasa, N. L. C. P. (2018). Identification Of Tourism Potentials In Catur Village Kintamani. *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, Dan Sosial Humaniora (SINTESA)*.
<https://doi.org/10.36002/snts.v0i0.524>
- Suyasa, N. L. C. P. S., Setiawan, I. M. R. T., & Regina, M. (2018). Kopi Arabika Jempolan Catur Village, Kintamani: Product and Promotional Mix Analysis. *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, Dan Sosial Humaniora (SINTESA)*.
<https://doi.org/10.36002/snts.v0i0.507>
- Wulandari, M., Susanto, P. C., Andityawan, I. M., Sinlae, J. B., Wiryadikara, R. P., & Adiada, A. A. K. (2018). Pendampingan Kelompok Sadar Wisata Desa Catur Kintamani Menuju Desa Wisata Yang Kekinian. *Seminar Nasional Aplikasi Iptek (SINAPTEK)*.
<https://doi.org/10.36002/sptk.v0i0.459>