



Transfer Teknologi Tepat Guna Pada Industri Pengolahan Kopi Arabika

I Wayan Iasmawan^{1*}, I Made Suci², I Wayan Pardi³, I Nengah Muliarta⁴, Ni Putu Era Marsakawati⁵ 

¹ Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia

² Program Studi Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia

³ Program Studi Pendidikan Sejarah, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia

⁴ Program Studi Agroteknologi, Universitas Warmadewa, Denpasar, Indonesia

⁵ Program Studi Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesi, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received September 02, 2024

Accepted November 10, 2024

Available online November 25, 2024

Kata Kunci :

Kopi, Teknologi Tepat Guna, Digital Marketing

Keywords:

Coffee, Appropriate Technology, Digital Marketing



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright ©2024 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha

ABSTRAK

Desa Belantih merupakan salah satu desa yang memiliki potensi besar pada bidang perkebunan kopi. Belantih Coffee Farm dan Kelompok Tani Dharma Kriya merupakan dua industri pengolahan Kopi Arabika Kintamani yang ada di Desa Belantih. Akan tetapi dalam menjalankan usahanya kedua mitra menghadapi berbagai permasalahan yaitu kedua mitra tidak memiliki mesin pulper, dan huller. Metode pemasaran yang digunakan oleh mitra hanya mengandalkan teman di whatapp grup atau teman dekat, serta dengan metode pemasaran dari mulut ke mulut. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah Participatory Action and Learning System (PALS). Terdapat beberapa kegiatan yang dilaksanakan untuk mengoptimalkan potensi dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh kedua mitra, yakni transfer teknologi tepat guna berupa mesin pulper kepada UMKM Belantih Coffee Farm dan mesin huller kepada Kelompok Tani Dharma Kriya, pelatihan fotografi dan videografi produk, pelatihan pembuatan konten pemasaran (copywriting), pelatihan social media marketing, dan pelatihan marketplace usaha kepada kedua mitra. Kedua mitra mampu menggunakan social media untuk mempromosikan produk kopi arabika Kintamani. Kedua mitra mampu menggunakan marketplace berupa shopee untuk mempromosikan produk kopi arabika Kintamani.

ABSTRACT

Belantih Village is one of the villages that has excellent potential in the coffee plantation sector. Belantih Coffee Farm and Dharma Kriya Farmers Group are two Kintamani Arabica Coffee processing industries in Belantih Village. However, in running their business, the two partners face various problems, namely that the two partners do not have a pulper and huller machine. The marketing method used by partners only relies on friends in the WhatsApp group or close friends, as well as word-of-mouth marketing methods. The method used in this community service activity is the Participatory Action and Learning System (PALS). There are several activities carried out to optimize the potential and solve the problems faced by the two partners, namely the transfer of appropriate technology in the form of a pulper machine to the Belantih Coffee Farm MSME and a huller machine to the Dharma Kriya Farmers Group, product photography and videography training, marketing content creation training (copywriting), social media marketing training, and business marketplace training for the two partners. The two partners can use social media to promote Kintamani Arabica coffee products. The two partners can use the marketplace in the form of Shopee to promote Kintamani Arabica coffee products.

1. PENDAHULUAN

Desa Belantih merupakan salah satu desa yang terletak di wilayah Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali. Desa Belantih mempunyai iklim tropis dengan udara sejuk/dingin dan cukup lembab, perbedaan temperaturnya berkisar antara 23°C-30°C pada siang hari dan antara 15°C-23°C pada malam hari. Jumlah penduduk di Desa Belantih sebanyak 2853 jiwa, dengan jumlah laki-laki sebanyak 1455 jiwa dan perempuan sebanyak 1398 jiwa. Sementara itu, luas wilayah Desa Belantih adalah 591 Ha yang sebagian besar dimanfaatkan sebagai lahan pertanian/perkebunan, sehingga maka tidaklah mengherankan

*Corresponding author

E-mail addresses: wayan.iasmawan@undiksha.ac.id (I Wayan Iasmawan)

apabila jenis pekerjaan yang digeluti masyarakat sebagian besar berprofesi sebagai petani/pekebun dengan persentase 56,01% atau 1598 orang. Potensi utama yang dimiliki oleh Desa Belantih adalah pertanian/perkebunan, meliputi tanaman jeruk, kopi, cabai, alpukat, pisang dan berbagai jenis sayur-sayuran. Tanaman utama masyarakat adalah Kopi Arabika Kintamani. Potensi pengembangan perkebunan kopi arabika untuk meningkatkan perekonomian masyarakat cukup besar, mengingat pemerintah Provinsi Bali telah menetapkan industri kopi sebagai industri agro unggulan daerah. Kabupaten Bangli sebagai salah satu penghasil kopi arabika juga menetapkan kopi sebagai produk unggulan desa dan/atau produk unggulan kawasan perdesaan. Potensi mutu kopi arabika dari Kintamani memiliki cita rasa khas, yakni memiliki perpaduan rasa asam dan pahit, mutu dan aroma serta kekentalannya yang seimbang.

Beberapa industri pengolahan kopi arabika Kintamani yang ada di Desa Belantih adalah Belantih Coffee Farm dan Kelompok Tani Dharma Kriya. Belantih Coffee Farm merupakan salah satu industri pengolahan Kopi Arabika Kintamani yang bertempat di Dusun Tangguan, Desa Belantih, Kec. Kintamani, Bangli. Unit usaha ini berdiri sejak tahun 2015 dan dimiliki oleh I Wayan Tunas Wijaya. Berawal dari pengalamannya bekerja di sebuah hotel dan kedai kopi di Nusa Dua, I Wayan Tunas Wijaya bersama istrinya melakukan terobosan berani dengan memilih untuk pulang kampung dan memutuskan untuk mendirikan usaha pengolahan kopi. Kini penjualan kopi mitra telah berhasil menembus kota-kota besar di seluruh Indonesia, seperti Jakarta, Surabaya, Makasar, Sidoarjo, dan Banyuwangi. Dengan memperkerjakan 21 orang karyawan, rata-rata dalam setahun mitra mampu mengolah kopi mencapai 35 ton atau dengan omset bahan baku yang diolah sebesar Rp. 350.000.000/tahun. Sementara itu, mitra kedua dalam program Pemberdayaan Desa Binaan ini adalah Kelompok Tani Dharma Kriya. Kelompok ini berfokus pada pengolahan kopi arabika Kintamani yang terletak di Dusun Luahan, Desa Belantih, Kintamani, Bangli. Kelompok ini diketuai oleh I Wayan Selamat S.E. dan berdiri sejak tahun 2021. Jumlah anggota Kelompok Tani Dharma Kriya sebanyak 32 orang, dengan total luas lahan yang dikelola sebesar 35 Hektar. Walaupun baru berdiri sejak tahun 2021, namun total omset mitra sekarang ini sudah mencapai antara Rp. 160.000.000.

Namun, ada beragam permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam menjalankan roda usahanya, salah satunya pada aspek pemanfaatan teknologi tepat guna pada proses produksi kopi. Kedua mitra memiliki keterbatasan penggunaan teknologi/mesin pengolahan kopi, seperti mesin pulper, dan huller (Ferasta et al., 2023; Susanti et al., 2021). Mesin pengupas kulit buah kopi basah (pulper) digunakan untuk memisahkan atau melepaskan komponen kulit buah dari bagian kopi berkulit cangkang (HS). Selanjutnya, mesin Huller Kopi adalah mesin yang digunakan untuk mengupas biji kopi yang dikeringkan sebelumnya sekaligus memisahkan antara biji kopi bersih dengan kulit tanduknya (Susilawati; et al., 2021). Tidak adanya kedua mesin ini memaksa mitra untuk mengeluarkan biaya (cost) tambahan untuk menyewa mesin pulper dan huller di Desa Catur, Kintamani (Susanti et al., 2021; Susilawati; et al., 2021). Permasalahan lainnya yang dihadapi oleh kedua mitra adalah pada aspek pemasaran. Kedua mitra belum mampu menjangkau pasar generasi milenial karena mitra belum memiliki kemampuan untuk membuat media-media pemasaran yang kreatif, inovatif, komunikatif dan sesuai dengan selera/tontonan generasi milenial (Pranata et al., 2022). Selain itu, metode pemasaran yang digunakan oleh mitra hanya mengandalkan teman di whatapp grup atau teman dekat, serta dengan metode pemasaran dari mulut ke mulut (word of mouth) (Hidayat, 2020). Kondisi tersebut berdampak pada kesulitan mitra dalam menjual produk, bahkan sering kali stok produk hasil pengolahan panen tahun sebelumnya masih belum bisa dijual habis sampai saat ini. Tujuan penelitian ini untuk transfer teknologi tepat guna pada industri pengolahan kopi arabika.

2. METODE

Metode yang akan digunakan dalam kegiatan ini adalah Particiatory Action and Learning System (PALS). Metode ini bertujuan menjadikan mitra sebagai obyek dalam kegiatan pengabdian melalui berbagai bentuk pendidikan, pelatihan, penyuluhan, serta pembinaan dan pendampingan (Shodikin et al., 2017). Tahapan dalam metode PALS meliputi fase kesadaran (awareness), fase pengkapasitasan (capaciting), fase pendampingan (scaffolding), dan fase pelembagaan (institutionalization) (Baharsyah et al., 2017). Fase kesadaran, tahap ini difokuskan untuk memberikan kesadaran kepada mitra dan petani kopi mengenai potensi, dan strategi pengembangan Kopi Arabika Kintamani sebagai produk unggulan desa. Fase pengkapasitasan, fase ini dilakukan dengan metode pelatihan dan penerapan iptek dalam proses produksi kopi. Fase pendampingan, kegiatan pendampingan bertujuan untuk memberikan pendampingan secara berkelanjutan kepada mitra pasca dilaksanakannya kegiatan. Fase pelembagaan, fase pelembagaan bertujuan untuk membentuk dan menguatkan kelembagaan mitra melalui pembentukan Desa Belantih sebagai science techno park/Desa Binaan Universitas Pendidikan Ganesha

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tahapan dalam kegiatan pengabdian ini mengikuti tahapan kegiatan dalam metode PALS yang meliputi fase penyadaran (awareness), fase pengkapasitasan (capaciting), fase pendampingan (scaffolding), dan fase pelembagaan (institutionalization). Fase penyadaran, tahap ini mitra diberikan penyadaran bahwa Desa Belantih memiliki potensi yang sangat besar pada bidang Perkebunan kopi. Tahapan penyadaran merupakan hal yang sangat penting untuk meningkatkan kepedulian mitra sehingga terbentuk perilaku sadar akan pentingnya meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi, manajemen, pemasaran dan teknologi pengolahan kopi. Pelaksanaan kegiatan penyadaran ini dilakukan melalui sosialisasi oleh tim pelaksana pengabdian.



Gambar 1. Tim Pengabdian Melakukan Penyadaran Kepada Mitra

Selain dilakukan oleh tim pengabdian, kegiatan penyadaran juga dilakukan oleh perangkat Desa Belantih melalui kegiatan sosialisasi tentang potensi perkebunan kopi yang ada saat ini. Pada berbagai kesempatan Kepala Desa Belantih yang diwakili oleh Kepala Lingkungan Dusun Tangguan, I Nyoman Dana selalu menekankan apabila teknologi yang diberikan mampu diterapkan secara maksimal oleh para industri pengolahan kopi maka akan dapat meningkatkan kualitas dan daya saing produk kopi, serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat Desa Belantih.



Gambar 2. Kepala Dusun Memberikan Penyadaran Kepada Mitra

Fase pengkapasitasan, berangkat dari permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra maka ada beberapa kegiatan pengkapasitasan yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Pertama, transfer mesin pulper. Mesin pulper yang digunakan untuk memisahkan kulit buah kopi dari bagian kopi yang berkulit cangkang. Selama ini dalam proses pengupasan kulit buah kopi basah mitra UMKM Belantih Coffee Farm menggunakan jasa/menyewa mesin Pulper di Desa Catur sehingga menambah biaya produksi kopi. Untuk mengatasi hal tersebut maka melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan transfer teknologi mesin pulper. Adapun spesifikasi mesin pulper yang diberikan mitra UMKM Belantih Coffee Farm disajikan pada [Tabel 1](#).

Tabel 1. Spesifikasi Mesin Pulper

No.	Spesifikasi	Keterangan
1	Kapasitas	2 ton/jam
2	Persyaratan	Bahan baku buah kopi petik merah, segar dan telah disortasi
3	Tipe	2 [Double] silinder

No.	Spesifikasi	Keterangan
4	Bagian pengupas	Tersusun atas 2 buah silinder bubble plat
5	Rangka	Besi profil kotak dan besi siku, dilengkapi dengan saluran air
6	Motor penggerak	Motor bakar 55 PK Honda GX 160
7	Sistem transmisi	Gear dan rantai, pulley dan V-belt
8	Dimensi	110 x 70 x 143 (P x L x T)



Gambar 3. Mesin Pulper

Transfer teknologi mesin pulper pada mitra UMKM Belantih Coffee Farm tentu saja akan mempengaruhi kualitas produk kopi yang dihasilkan (Susilawati; et al., 2021). Cara kerja mesin pulper adalah dengan memasukkan buah kopi ke dalam mesin, kulit biji akan terkelupas akibat gesekan pisau pengupas dengan buah kopi sehingga biji kopi dapat dikupas. (Ferasta et al., 2023). Dengan adanya mesin pulper ini mitra akan mendapatkan berbagai macam manfaat seperti mitra dapat melakukan pulping kapanpun dengan kapasitas tidak terbatas, kecepatan produksi 2 ton/jam, proses pulping tidak membutuhkan biaya angkut karena dilakukan langsung di rumah produksi, ke higienisan kopi terjaga dengan baik, limbah kulit kopi dapat dimanfaatkan sendiri (pakan ternak, media tanam/kompos), dan dapat membuka jasa pulping kopi. Perbandingan hasil proses pengupasan kopi dengan jasa sewa dan mesin pulper disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Perbandingan Hasil Proses Pengupasan Kulit Buah Kopi dengan Jasa Sewa dan Mesin Pulper

No.	Aspek	Jasa Sewa	Mesin Pulper
1	Kapasitas produksi	Terbatas	Tidak terbatas, menyesuaikan permintaan
2	Kecepatan produksi	1 ton/jam	2 ton/jam
3	Tempat	Relatif jauh Membutuhkan biaya angkut	Milik sendiri Tidak membutuhkan biaya angkut
4	Kualitas Kopi	Kehigienisan kopi belum terjaga dengan baik, terkadang aroma kopi sedikit berbau solar	Kehigienisan kopi terjaga dengan baik

No.	Aspek	Jasa Sewa	Mesin Pulper
5	Limbah kulit kopi	Limbah kulit kopi dimanfaatkan oleh jasa sewa	Limbah kulit kopi dapat dimanfaatkan sendiri (pakan ternak, media tanam/kompos)
6	Peluang usaha	-	Membuka peluang jasa pengupasan, Rp 1.000,-/Kg

Kedua, transfer mesin huller. Salah satu tahapan dari rangkaian produksi kopi dari mulai panen hingga siap untuk diseduh adalah pengupasan biji kulit kopi. Proses pengupasan biji kulit kopi yang dilakukan oleh mitra Kelompok Tani Dharma Kriya selama ini masih menggunakan jasa pihak ketiga sehingga menambah pengeluaran biaya dalam proses produksi kopi. Untuk mengatasi hal tersebut maka melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang transfer teknologi mesin huller kepada mitra. Gambar/foto mesin huller yang diberikan kepada mitra Kelompok Tani Dharma Kriya disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Mesin Huller

Tabel 3. Spesifikasi Mesin Huller

No.	Spesifikasi	Keterangan
1	Kapasitas	200Kg/jam
2	Penggunaan	Dapat digunakan pada bahan baku kopi HS Kadar air 12% dan 35% atau dijemur 4-6jam (wet hulling)
3	Tipe	Silinder horisontal
4	Motor Penggerak	motor bakar 5.5Pk, Honda GX 160
5	Bagian Pemasukan Hopper	Plat besi
6	Silinder pengupas kulit	baja
7	kipas	Terdapat kipas sentrifugal blower sebagai pemisah kulit
8	Saluran pengeluaran	Saluran pengeluaran 2 corong, yaitu untuk kopi yang telah terkelupas dan saluran pembuangan kotoran
9	Rangka Mesin	besi Kotak, Besi UNP, plat besi
10	Sistem transmisi	Pulley & Sabuk karet V
11	Dimensi	1500x760x1270 (PxLxT)
12	Berat Volume Shipping	360Kg

Keberadaan mesin Huller akan memberikan dampak positif kepada mitra yaitu menekan biaya produksi sebesar Rp 1.000/Kg dan biaya transportasi. Biji kopi yang dihasilkan higienis dan tidak lagi

berbau solar seperti dulu. Limbah kulit kopi yang dihasilkan selanjutnya dapat dimanfaatkan sebagai pakan ternak dan/atau untuk perkebunan (kompos). Selain itu, keberadaan mesin Huller ini tidak dibatasi kapasitas maupun waktu produksinya. Bahkan, dengan memiliki mesin Huller, bisa membuka peluang usaha jasa pengupasan kopi dengan harga Rp 1.200/kg. Perbandingan hasil proses pengupasan kopi dengan jasa rental dan mesin Huller disajikan pada [Tabel 4](#).

Tabel 4. Perbandingan Proses Pengupasan Kulit Kopi dengan Jasa Sewa dan Mesin Huller

No.	Aspek	Jasa Sewa	Mesin Huller
1	Kapasitas produksi	Terbatas	Tidak terbatas, menyesuaikan permintaan
2	Kecepatan produksi	80 Kg/jam	200 kg/jam
3	Tempat	Relatif jauh Membutuhkan biaya angkut	Milik sendiri Tidak membutuhkan biaya angkut
4	Kualitas Kopi	Kehigienisan kopi belum terjaga dengan baik, terkadang aroma kopi sedikit berbau solar	Kehigienisan kopi terjaga dengan baik
5	Limbah kulit kopi	Limbah kulit kopi dimanfaatkan oleh jasa sewa	Limbah kulit kopi dapat dimanfaatkan sendiri (pakan ternak, media tanam/kompos)
6.	Peluang usaha	-	Membuka peluang jasa pengupasan, Rp 1.200,-/Kg

Ketiga, pelatihan digital marketing. Selama ini metode pemasaran yang digunakan oleh mitra hanya mengandalkan teman di whatapp grup atau teman dekat, serta dengan metode pemasaran dari mulut ke mulut (word of mouth). Kondisi tersebut berdampak pada kesulitan mitra dalam menjual produk, bahkan sering kali stok produk hasil pengolahan panen tahun sebelumnya masih belum bisa dijual habis sampai saat ini. Berangkat dari permasalahan tersebut terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan, yaitu pelatihan fotografi dan videografi produk, pelatihan pembuatan konten pemasaran (copywriting), pelatihan social media marketing, dan pelatihan marketplace usaha.

Pelatihan fotografi dan videografi produk diikuti oleh Belantih Coffe Farm dan Kelompok Tani Dharma Kriya. Pelatihan ini mendatangkan narasumber yaitu Dr. A.A. Ngurah Yudha Martin Mahardika, S.Pd., M.Pd. Tujuan pelatihan ini adalah memperkenalkan produk kepada konsumen melalui media visual sehingga mendapatkan feedback dari masyarakat dan membuat mereka ingin membeli produk tersebut ([Purnama & Tahalea, 2020](#)). Apalagi sekitar 93% konsumen mempertimbangkan aspek visual dari suatu produk dalam pengambilan keputusan pembelian produk ([Siska et al., 2023](#)). Narasumber menjelaskan dengan gambar dan video yang menarik, produk kopi lokal bisa lebih mudah dikenali dan menarik minat konsumen. Peserta mempelajari teknik pembuatan foto dan video yang benar, mulai dari pemilihan sudut dan pencahayaan hingga pengeditan sederhana. Selain itu, narasumber juga memberikan tips bagaimana membuat konten pemasaran yang efektif, yaitu konten yang baik harus informatif, menarik, dan relevan dengan target pasar. Peserta juga diajak untuk mengungkap cerita di balik setiap secangkir kopi melalui foto dan video, agar pesan yang disampaikan lebih berkesan.

Penjelasan di atas sesuai dengan pendapat dari [Isnawati et al., \(2022\)](#) yang menyatakan melalui teknik fotografi dan videografi produk akan mampu menciptakan inovasi baru dan unik dalam pemasaran digital. Faktanya, suatu produk yang seharusnya mahal bisa saja terlihat murah di mata konsumen karena kualitas gambar (dan video) produk tersebut yang buruk. Sebaliknya, dengan foto (dan video) produk yang indah, konsumen akan menganggap produk tersebut berharga mahal, padahal sebenarnya produk tersebut murah. ([Siska et al., 2023](#)).



Gambar 5. Pelatihan Dan Praktik Fotografi dan Videografi Produk

Selain memberikan materi pelatihan fotografi dan videografi, narasumber Dr. A.A. Ngurah Yudha Martin Mahardika, S.Pd., M.Pd. juga memberikan materi terkait dengan pelatihan pembuatan konten pemasaran (copywriting).



Gambar 6. Pelatihan dan Praktik Konten Pemasaran (Copywriting)

Sementara itu, pelatihan selanjutnya yang diberikan adalah pelatihan Social Media Marketing dengan narasumber Sunitha Devi, SE., MSi., Ak. Pelatihan ini dilakukan pada UMKM Belantih Coffe Farm dan Kelompok Tani Dharma Kriya diharapkan dapat menjadi solusi alternatif dalam membantu mitra dalam pemasaran produk agar dapat lebih meningkatkan kuantitas penjualan produk.



Gambar 7. Pelatihan Social Media Marketing dan Marketpalce usaha

Fase pendampingan, pasca dilaksanakannya kegiatan transfer teknologi mesin pulper, mesin huller dan pelatihan digital marketing selanjutnya diikuti dengan tahapan pendampingan kepada mitra. Kegiatan pendampingan bertujuan untuk memberikan pendampingan secara berkelanjutan kepada mitra pasca dilaksanakannya kegiatan. Pendampingan penggunaan mesin pulper dan huller. Pasca diberikannya mesin pulper kepada mitra UMKM Belantih Coffee Farm dan kelompok Tani Dhrama Kriya, tim pengabdian melakukan pendampingan penggunaan mesin beserta cara perawatannya atau maintenance secara berkala untuk keberlangsungan operasional mesin. Untuk menghindari kerusakan tiba-tiba, mesin pulper dan huller harus dirawat dengan baik selama proses produksi. Pemeliharaan dan perawatan mesin yang baik juga dapat memperpanjang usia mesin, mencegah kerusakan saat digunakan, dan menghindari kecelakaan kerja bagi pegawai yang menggunakannya. Pemeliharaan dan perawatan dapat dilakukan dengan memantau, memeriksa, dan melakukan inspeksi untuk memastikan bahwa mesin berada dalam kondisi konstan dan dapat bekerja dengan baik selama proses produksi. Pendampingan pemasaran produk berbasis digital marketing. Pasca dilakukannya pelatihan fotografi dan videografi produk, pelatihan pembuatan konten pemasaran (copywriting), pelatihan social media marketing, dan pelatihan marketplace usaha kepada UMKM Belantih Coffee Farm dan kelompok Tani Dhrama Kriya, tim pengabdian juga melakukan pendampingan untuk memastikan terjadinya peningkatan penjualan produk. Kegiatan pendampingan dilakukan dengan memantau aktivitas penggunaan social media dan marketplace mitra dalam setiap postingan yang dilakukan.

Fase pelebagaan dilakukan dengan pembentukan Coffee Science Techno Park (CSTP) di Desa Belantih untuk mempercepat penyebaran dan implementasi inovasi. Dengan memanfaatkan inovasi teknologi berbasis kopi, Coffee Science Techno Park akan mampu meningkatkan ekonomi Desa Belantih. Hal tersebut akan dicapai melalui pengembangan startup technopreneur atau UKM binaan, penyediaan jaringan kerjasama dan pemasaran, pelatihan, dukungan riset, sarana dan prasarana, dan jaringan kerja untuk industri kopi. Coffee Science Techno Park (CSTP) adalah kawasan terpadu di Desa Belantih yang akan menggabungkan industri, perguruan tinggi, pusat riset dan pelatihan, kewirausahaan, perbankan,

pemerintah pusat dan daerah. Lokasi ini akan memungkinkan aliran informasi dan teknologi secara efisien dan cepat untuk mendorong perekonomian desa.

Pembahasan

Desa Belantih merupakan salah satu desa yang terletak di wilayah Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli yang memiliki potensi besar pada bidang perkebunan kopi dan industri pengolahan kopi arabika Kintamani. Beberapa industri pengolahan kopi arabika Kintamani yang ada di Desa Belantih adalah Belantih Coffee Farm dan Kelompok Tani Dharma Kriya. Transfer teknologi tepat guna berupa mesin pulper kepada UMKM Belantih Coffee Farm dan mesin huller kepada Kelompok Tani Dharma Kriya, pelatihan fotografi dan videografi produk, pelatihan pembuatan konten pemasaran (copywriting), pelatihan social media marketing, dan pelatihan marketplace usaha kepada kedua mitra. Hasil pelatihan menghasilkan platform penjualan, yaitu Instagram. Mitra belajar bagaimana membuat konten social media, menjual barang, dan mengirim barang yang telah dibuat. Diharapkan bahwa penggunaan social media sebagai alat promosi digital dapat memberikan banyak manfaat bagi bisnis yang dijalankan, seperti peningkatan penjualan produk dan peningkatan kredibilitas merek produk yang semakin dikenal masyarakat (Puspasari & Hadithya, 2023). Selain itu, media sosial dapat membantu pelaku bisnis lebih dekat dengan konsumen dan memberikan keuntungan pengembangan personalisasi merek produk (Herdiyani et al., 2022).

Pemasaran melalui media sosial dapat menyebarkan informasi dengan lebih cepat dan menjangkau lebih banyak calon pelanggan (Isnawati et al., 2022; Pancaningsih et al., 2022; Untari & Fajariana, 2018). Penggunaan marketplace seperti shopee sebagai strategi pemasaran kontemporer membantu mitra mempromosikan produk dengan efektif. Pemateri juga mendorong peserta untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman mereka terkait dengan strategi pemasaran yang sudah pernah dilakukan. Beberapa peserta bahkan cukup akrab dengan platform shopee, yang cukup membantu menarik mitra untuk melakukan pemasaran melalui platform ini. Karena shopee dapat dioperasikan dengan cepat, mudah, tepat, dan dikenal sebagai marketplace terbesar di Indonesia, shopee adalah pilihan marketplace terbaik untuk diajarkan kepada mitra (Cardoso et al., 2023; Fachrina & M.Nawawi, 2022). Keunggulan shopee dibanding marketplace lainnya adalah shopee selalu memiliki promosi dan gratis ongkos kirim, sehingga pelanggan lebih suka menggunakannya.

4. KESIMPULAN

UMKM Belantih Coffee Farm memiliki satu mesin pulper dengan kapasitas 2 ton/jam. Kelompok Tani Dharma Kriya memiliki mesin huller dengan kapasitas 200 kg/jam. Kedua mitra mampu membuat foto dan video promosi produk. Kedua mitra mampu membuat konten pemasaran (copywriting) yang menarik. Kedua mitra mampu menggunakan social media untuk mempromosikan produk kopi arabika Kintamani. Kedua mitra mampu menggunakan marketplace berupa shopee untuk mempromosikan produk kopi arabika Kintamani.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Baharsyah, M. N., Kiswanto, A., Budiyo, & Benardi, A. I. (2017). Peningkatan kemampuan membaca ruang melalui delta-net bagi siswa tunanetra SLBN kota Semarang. *Edu Geography*, 5(2), 60–68. <https://journal.unnes.ac.id/sju/edugeo/article/view/15397>.
- Cardoso, A. S., Bryukhova, S., Renna, F., Reino, L., Xu, C., Xiao, Z., Correia, R., Di Minin, E., Ribeiro, J., & Vaz, A. S. (2023). Detecting wildlife trafficking in images from online platforms: A test case using deep learning with pangolin images. *Biological Conservation*, 279, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.biocon.2023.109905>.
- Fachrina, R., & M.Nawawi, Z. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelau. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 247–254. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i2.75>.
- Ferasta, O. A., Puspitaningrum, H., & Maligan, J. M. (2023). *Introduksi Teknologi Pulping dalam Proses Pascapanen Kopi Metode Honey di UKM Alir Coffee Kabupaten Malang Introduction of Pulping Technology in Coffee Postharvest Process using Honey Method in Alir Coffee SMEs Malang Regency Abstrak*. 145–151.
- Herdiyani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>.
- Hidayat, M. (2020). Prototipe Mesin Penyeduh Minuman Kopi Otomatis Menggunakan Arduino Uno. *Jurnal*

- Ilmiah Informatika Komputer*, 23(2), 116–123. <https://doi.org/10.35760/ik.2018.v23i2.2353>.
- Isnawati, S. I., Budiyanoto, A. E., & Dwijayanti, F. (2022). Pelatihan Fotografi Produk untuk Pemasaran Digital Menggunakan Teknik Lifestyle Photography. *Bakti Humaniora*, II(1), 1–11.
- Pancaningsih, R., Baaq, S. H., Latifah, R. N., Wahit, A. N., Handayu, M. D., Rahmawati, E., Maharani, V. D. P., Zain, M. F., & Santoso, A. P. A. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Kecantikan Pada Online Shop Kumara Store di Sukoharjo. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 1(4), 134–148. <https://doi.org/10.30640/digital.v1i4.408>.
- Pranata, D. E., Risman, & Setyawan, H. P. (2022). Penelitian Tentang Analisis Perawatan Pada Mesin Sangrai Biji Kopi Otomatis. *Jurnal Teknik Mesin*, 8(2), 24–34. <https://www.ejournal.polraf.ac.id/index.php/JTM/article/view/166>.
- Purnama, P. A., & Tahalea, S. A. (2020). Pelatihan Fotografi Produk Untuk .Iklan Di Internet Saat Masa Pandemi Bersama Pemuda Tebet Melalui Daring. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMIN)*, 2(2), 97–107. <https://doi.org/10.25105/jamin.v2i2.7455>.
- Puspasari, D., & Hadithya, R. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten pada Instragram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 4(2), 239–252. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.122>.
- Shodikin, A., Sutardi, S., & Muhajir, A. (2017). Iptek Bagi Kewirausahaan Di Universitas Islam Darul Ulum. *Seminar Nasional*, 1(1), 316–321.
- Siska, E., Lestari, N. E. P., & Rachmah, S. M. (2023). Pelatihan Pembuatan Foto Produk Untuk Penguatan Visual Branding Dalam Pemasaran Online Produk KSU Kowage. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 153–159. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i2.1255>.
- Susanti, R., Yazid, H., & Azriful, R. K. (2021). Alat Uji Karbon Dioksida Pada Kopi Sebagai Indikator Kelayakan Untuk Dikonsumsi. *Prosiding SISFOTEK*, 5(1), 191–195. <http://www.seminar.iaii.or.id/index.php/SISFOTEK/article/view/281>.
- Susilawati, Sholeh, Azhis, R., Ardin, M. B., Fathurohman, Ferdi, Yudiyanto, Oyok, S., & Buchori. (2021). Aplikasi Mesin Pulper Kopi Dan Penjualan Online Berbasis Website Di Ukm Mukti Raharja Untuk Menjaga Ekonomi Tetap Produktif Dalam Era Pandemi Covid 19. *Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(3), 301–309. <https://doi.org/10.20956/pa.v5i3.12290>.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4387>.