

PENGUATAN MANAJEMEN USAHA BERBASIS DIGITAL PADA INDUSTRI PENGOLAHAN KOPI ARABIKA KINTAMANI DI DESA BELANTIH

**I Wayan Pardi¹, I Wayan Lasmawan², Ketut Sedana Arta³, I Made Pageh⁴, Alif Alfi Syahrin⁵, I
Wayan Juli⁶, Ni Ketut Santi Sucita⁷, Ni Komang Meliani⁸, Ni Kadek Pian Siani⁹, Luh Dita
Apriladiwangi Pramesti¹⁰**

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10}Universitas Pendidikan Ganesha

Email: wayan.pardi@undiksha.ac.id

ABSTRACT

Belantih Village is one of the centers of Kintamani Arabica coffee production, renowned for its distinctive taste and unique quality. Two key coffee processing enterprises in the village are Belantih Coffee Farm and the Dharma Kriya Farmers Group. Both play an important role in coffee processing and marketing but still face challenges in business management and digital technology adaptation. The program activities included training in financial management, capital and human resource management, business projection preparation, as well as the application of digitalization and artificial intelligence (AI) for marketing. This community service program employed methods of socialization, training, and mentoring. The training results indicated an improvement in participants' understanding of financial recording, business planning, and digital marketing strategies. Evaluation through questionnaires confirmed that more than 80% of participants found the program highly beneficial. This program has successfully strengthened the competitiveness of Kintamani Arabica coffee while promoting economic independence within the Belantih community.

Keywords: *kintamani arabica coffee; business management; digitalization; artificial intelligence (AI).*

ABSTRAK

Desa Belantih merupakan salah satu sentra penghasil kopi Arabika Kintamani yang memiliki keunggulan cita rasa unik. Dua unit usaha pengolahan kopi yang ada di Desa Belantih, yaitu Belantih Coffee Farm dan Kelompok Tani Dharma Kriya. Keduanya berperan penting dalam pengolahan dan pemasaran kopi. Namun, keduanya masih menghadapi kendala dalam manajemen usaha dan adaptasi teknologi digital. Kegiatan pengabdian ini mencakup pelatihan manajemen keuangan, pengelolaan modal dan SDM, penyusunan proyeksi usaha, serta penerapan digitalisasi dan AI untuk pemasaran. Program pengabdian ini menggunakan metode sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dalam pencatatan keuangan, perencanaan usaha, dan strategi pemasaran digital. Evaluasi melalui kuesioner mengonfirmasi lebih dari 80% peserta menilai kegiatan sangat bermanfaat. Program ini memperkuat daya saing kopi Arabika Kintamani sekaligus mendorong kemandirian ekonomi masyarakat Belantih.

Kata kunci: *kopi arabika kintamani; manajemen usaha; digitalisasi; artificial intelligence (AI).*

PENDAHULUAN

Desa Belantih merupakan salah satu desa yang terletak di wilayah Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali. Desa ini dikenal sebagai salah satu sentra penghasil kopi Arabika Kintamani yang memiliki keunggulan dalam cita rasa yang unik (Lasmawan et al., 2024) (Tuar et al., 2019). Keunikan cita rasa kopi Arabika Kintamani terletak pada karakteristik

rasa asam yang segar dan lembut, serta sering kali menyerupai cita rasa jeruk yang khas (Prayatni & Lestari, 2023) (Gapar & Juniarta, 2023). Perpaduan alami ini menghasilkan keseimbangan yang harmonis antara rasa asam, manis, dan sedikit pahit, sehingga memberikan sensasi rasa yang kompleks namun tetap menyegarkan. Profil rasa ini menjadikan kopi Kintamani berbeda dibandingkan kopi dari

daerah lain di Indonesia, sekaligus menegaskan identitasnya sebagai kopi *specialty* yang diminati pasar internasional (Suwedi et al., 2023).

Di Desa Belantih berkembang dua unit pengolahan kopi Arabika Kintamani yang cukup berpengaruh, yaitu Belantih Coffee Farm dan Kelompok Tani Dharma Kriya. Belantih Coffee Farm didirikan pada tahun 2015 di Dusun Tangguan oleh I Wayan Tunas Wijaya sebagai langkah inovatif dalam mengembangkan potensi kopi lokal (Barimbing & Sarjana, 2025), sedangkan Kelompok Tani Dharma Kriya yang terbentuk pada tahun 2021 di Dusun Luahan di bawah kepemimpinan I Wayan Selamat, S.E., berhasil menghimpun 32 anggota dengan total lahan garapan mencapai 35 hektar.



Gambar 1. Rumah produksi Belantih Coffee Farm

Walaupun kedua industri pengolahan kopi arabika Kintamani tersebut menjadi motor utama dalam menggerakkan ekonomi kopi di wilayah tersebut. Namun, dalam menjalankan roda usahanya terdapat beberapa permasalahan mendasar yang dihadapi oleh kedua mitra. Pertama, sebagian besar anggota Kelompok Tani Dharma Kriya berprofesi sebagai petani yang selama ini lebih fokus pada kegiatan budidaya. Kondisi ini membuat mereka belum memiliki keterampilan manajemen usaha yang memadai, baik dalam perencanaan, pencatatan keuangan, pengelolaan hasil produksi, maupun strategi pemasaran. Akibatnya, potensi ekonomi dari usaha tani yang mereka jalankan belum dapat berkembang secara optimal dan keberlanjutannya masih bergantung pada pola tradisional.

Kedua, meski Belantih Coffee Farm dan Kelompok Tani Dharma Kriya sudah memiliki produk kopi berkualitas tinggi dengan cita rasa khas, namun pemasaran digital mereka masih sangat terbatas. Materi promosi yang ada cenderung generik dan tidak dapat menggambarkan secara mendalam keunikan produk mereka, seperti rasa kopi, atau kisah petani lokal yang terlibat dalam proses produksi. Hal ini menyebabkan materi promosi yang dihasilkan tidak mampu menarik perhatian audiens yang lebih luas, terutama di *platform* media sosial. Rendahnya *engagement* dan konversi penjualan membuat peluang untuk memperluas pasar ke kota-kota besar dan internasional menjadi terbatas.



Gambar 2. Postingan mitra di media sosial minim interaksi dari calon konsumen

Berangkat dari permasalahan tersebut, maka dalam pengabdian ini dirancang solusi yang berfokus pada dua aspek utama. Pertama, peningkatan kapasitas manajemen usaha bagi anggota Kelompok Tani Dharma Kriya melalui pelatihan perencanaan bisnis, pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan hasil produksi, hingga strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Upaya ini diharapkan dapat membantu petani bertransformasi dari sekadar produsen kopi menjadi pelaku usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan. Kedua, penguatan strategi pemasaran digital berbasis AI melalui pelatihan pembuatan konten kreatif, pemanfaatan media sosial, serta pengembangan narasi produk yang menonjolkan keunikan cita rasa kopi Arabika Kintamani dan kisah para petani lokal. Dengan demikian, diharapkan

kedua unit usaha, yaitu Belantih Coffee Farm dan Kelompok Tani Dharma Kriya, mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta memastikan keberlanjutan ekonomi masyarakat Desa Belantih berbasis kopi specialty yang memiliki nilai budaya dan identitas lokal yang kuat.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat dirancang melalui beberapa tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, pendampingan, evaluasi, dan tindak lanjut. Pada tahap persiapan, tim akan melakukan koordinasi dengan mitra untuk mengidentifikasi kebutuhan prioritas, terutama terkait penguatan manajemen usaha (keuangan, SDM, dan perencanaan bisnis) serta adaptasi teknologi digital untuk pemasaran produk kopi. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, akan disusun modul pelatihan, instrumen evaluasi, serta perangkat pendukung seperti sarana presentasi dan koneksi internet. Pelatihan direncanakan menghadirkan dua narasumber utama dengan pendekatan ceramah interaktif, diskusi, studi kasus, dan praktik langsung agar peserta tidak hanya memperoleh wawasan konseptual, tetapi juga keterampilan yang aplikatif.

Tahap selanjutnya adalah pendampingan intensif, di mana peserta akan dilatih membuat pencatatan keuangan sederhana, menyusun rencana usaha singkat, serta mempraktikkan strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan *Artificial Intelligence (AI)*, khususnya *ChatGPT*. Evaluasi akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang mencakup aspek kepuasan, pemahaman, dan kebermanfaatan materi pelatihan. Hasil evaluasi diharapkan mampu memberikan gambaran tentang efektivitas kegiatan sekaligus menjadi dasar penyusunan strategi tindak lanjut. Pada tahap akhir, peserta akan diarahkan untuk menerapkan pencatatan keuangan secara konsisten, memanfaatkan strategi digital marketing, serta mendapatkan pendampingan berkelanjutan melalui forum komunikasi daring.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan kapasitas manajemen dan pemasaran kopi Arabika Kintamani. Pelatihan ini dilaksanakan pada 21 September 2025 bertempat di Belantih Coffee Farm, Dusun Tangguan, Desa Belantih, Kintamani, Bangli. Pelatihan menghadirkan dua narasumber utama, yaitu Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. (dosen Ilmu Manajemen Undiksha) dan I Wayan Pardi, S.Pd., M.Pd. (dosen Pendidikan IPS Undiksha).

Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. menyampaikan materi mengenai manajemen keuangan usaha, manajemen sumber daya manusia, pengelolaan modal usaha, pembuatan proyeksi keuangan, serta pemahaman dasar tentang pajak perusahaan. Peserta dilatih untuk membuat pencatatan keuangan sederhana, menyusun rencana usaha, dan menghitung proyeksi keuntungan secara sistematis. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai pentingnya akuntabilitas keuangan, perencanaan bisnis, dan pengelolaan SDM. Peserta juga semakin sadar bahwa manajemen usaha yang profesional akan meningkatkan daya saing kopi Arabika Kintamani di pasar lokal maupun premium.



Gambar 3. Penyampaian materi manajemen usaha

Sementara itu, I Wayan Pardi, S.Pd., M.Pd. menyampaikan materi mengenai adaptasi manajemen usaha berbasis digital dengan menekankan pemanfaatan *Artificial Intelligence (AI)*. Salah satu contoh konkret adalah penggunaan *ChatGPT* sebagai asisten digital untuk mendukung pemasaran produk kopi.

ChatGPT dapat membantu Kelompok Tani Dharma Kriya dan Belantih Coffee Farm dalam membuat konten promosi berupa *caption* media sosial, artikel singkat tentang kopi, hingga deskripsi produk yang menarik untuk *marketplace* (Purnomo Sidi et al., 2024). Dengan demikian, keterbatasan sumber daya manusia dalam menghasilkan konten kreatif dapat diatasi secara lebih efisien.



Gambar 4. Penyampaian materi adaptasi manajemen usaha berbasis AI

Selain mendukung pembuatan konten, *ChatGPT* juga dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan pelanggan secara cepat, memberikan ide inovasi produk, menyusun strategi pemasaran, serta melakukan simulasi proyeksi usaha berbasis data. Dengan memanfaatkan *ChatGPT*, peserta dapat merancang kalender konten media sosial, membuat strategi kampanye digital yang lebih terarah, dan mempelajari tren pemasaran terkini tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan yang besar. Hal ini menjadi bentuk nyata penerapan AI dalam meningkatkan efisiensi manajemen usaha kopi

(Ramadhana & Nasution, 2024) (Nisa & Suwaidi, 2023).

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual mengenai manajemen usaha, tetapi juga keterampilan praktis dalam memanfaatkan teknologi digital. Peserta mengaku lebih percaya diri untuk melakukan pencatatan keuangan, menyusun rencana usaha, sekaligus memanfaatkan aplikasi AI untuk pemasaran produk. Antusiasme peserta terlihat dari diskusi aktif dan praktik langsung dalam membuat konten promosi menggunakan *ChatGPT*. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan kompetensi manajemen usaha berbasis digital dan memotivasi petani kopi untuk mengelola usaha mereka secara lebih profesional.



Gambar 5. Diskusi antara narasumber dengan peserta pelatihan

Untuk mengukur efektivitas kegiatan, dilakukan evaluasi melalui kuesioner dengan indikator kepuasan peserta, pemahaman materi, dan kebermanfaatan kegiatan. Dari total 20 responden yang mengisi kuesioner, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Kepuasan terhadap Materi Pelatihan

No.	Kategori	Jumlah Peserta	Persentase
1	Sangat puas	11	55%
2	Puas	7	35%
3	Cukup puas	2	10%
4	Tidak puas	0	0%

Berdasarkan Tabel 1., mayoritas peserta (90%) menyatakan puas hingga sangat puas terhadap materi pelatihan, yang mencakup manajemen usaha serta pemanfaatan teknologi digital berbasis AI. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan

dan ekspektasi peserta. Sementara itu, hanya 10% peserta yang menyatakan cukup puas, kemungkinan dipengaruhi oleh keterbatasan waktu praktik maupun perbedaan latar belakang pengetahuan awal.

Tabel 2. Pemahaman setelah Mengikuti Pelatihan

No.	Kategori	Jumlah Peserta	Persentase
1	Sangat paham	9	45%
2	Paham	8	40%
3	Cukup paham	3	15%
4	Tidak paham	0	0%

Selanjutnya, Tabel 2. memperlihatkan bahwa 85% peserta menyatakan paham hingga sangat paham terhadap materi pelatihan, khususnya terkait pencatatan keuangan, perencanaan usaha, dan strategi pemasaran digital. Angka ini mencerminkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan pengetahuan

dan keterampilan praktis peserta. Namun, masih terdapat 15% peserta yang hanya cukup paham, sehingga pendampingan lanjutan sangat diperlukan agar seluruh peserta dapat menguasai materi secara merata, terutama dalam penggunaan aplikasi digital.

Tabel 3. Kebermanfaatan Kegiatan untuk Usaha Kopi

No.	Kategori	Jumlah Peserta	Persentase
1	Sangat bermanfaat	12	60%
2	Bermanfaat	6	30%
3	Cukup bermanfaat	2	10%
4	Tidak bermanfaat	0	0%

Sementara itu, hasil pada Tabel 3. menunjukkan bahwa 90% peserta menilai kegiatan ini bermanfaat hingga sangat bermanfaat bagi usaha kopi mereka. Manfaat yang paling dirasakan adalah meningkatnya kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan, kemampuan menyusun rencana usaha, serta keterampilan memanfaatkan media digital untuk promosi. Adapun 10% peserta yang menilai kegiatan hanya cukup bermanfaat kemungkinan disebabkan oleh keterbatasan akses internet atau kurang terbiasa menggunakan teknologi digital, sehingga implementasinya masih terbatas.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan tingkat kepuasan, pemahaman, dan kebermanfaatan kegiatan yang sangat baik, dengan rata-rata di atas 85% dalam kategori positif. Dengan demikian, pelatihan ini dapat dikatakan berhasil dalam meningkatkan kapasitas manajemen usaha dan pemasaran kopi bagi Kelompok Tani Dharma Kriya dan Belantih Coffee Farm. Meski demikian, keberlanjutan dalam bentuk pendampingan intensif tetap

diperlukan agar keterampilan yang diperoleh, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital dan AI, dapat diimplementasikan secara konsisten dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini telah berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas manajemen dan pemasaran kopi Arabika Kintamani. Melalui pelatihan manajemen keuangan, pengelolaan modal dan sumber daya manusia, serta perencanaan usaha, peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya akuntabilitas dan perencanaan bisnis yang sistematis.

Penerapan teknologi digital dan *Artificial Intelligence (AI)*, khususnya pemanfaatan ChatGPT, menjadi solusi inovatif untuk mendukung pemasaran produk kopi. Teknologi ini terbukti membantu peserta dalam membuat konten promosi, menyusun strategi kampanye digital, hingga memberikan ide pengembangan usaha secara lebih efisien.

Hasil evaluasi kuesioner menunjukkan tingkat kepuasan, pemahaman, dan kebermanfaatan yang tinggi, dengan lebih dari 85% peserta menilai kegiatan ini positif. Hal ini menandakan bahwa materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan dan dapat langsung diaplikasikan dalam usaha kopi peserta.

Secara keseluruhan, program ini tidak hanya memperkuat daya saing kopi Arabika Kintamani di pasar lokal maupun premium, tetapi juga memotivasi petani kopi untuk mengelola usaha secara lebih profesional dan modern. Meski demikian, pendampingan lanjutan tetap diperlukan agar keterampilan digital, terutama penggunaan AI dalam pemasaran, dapat dikuasai secara merata oleh seluruh peserta.

DAFTAR RUJUKAN

- Barimbing, G. R., & Sarjana, I. M. (2025). Strategi Pemasaran Agrowisata Belantih Coffee Farm di Desa Belantih Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 14(1), 57–66.
- Gapar, I. G. A., & Juniarta, P. P. (2023). Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kopi Catur Kintamani Bali dengan Teknik Penyeduhan Manual Brew V60. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(12), 2601–2607.
<https://doi.org/10.22334/paris.v2i12.649>
- Lasmawan, I. W., Suci, I. M., Pardi, I. W., Muliarta, I. N., & Era, N. P. (2024). Transfer Teknologi Tepat Guna Pada Industri Pengolahan Kopi Arabika. *International Journal of Community Service Learning*, 8(4), 518–526.
- Nisa, N. A. A., & Suwaidi, A. (2023). Analisis

Potensi Dampak Artificial Intelligence (AI) terhadap Efisiensi Manajemen Operasional: Tinjauan Literatur. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(2), 93–97.

- Prayatni, I. D. A. M., & Lestari, N. P. N. E. (2023). Strategi Keunggulan Bersaing Kopi Kintamani Pada Agrowisata JM Kopi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 6(3), 404–412.
<https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i3.54400>
- Purnomo Sidi, A., Nizar Yogatama, A., Anjaningrum, W. D., Dura, J., & Cahyaningtyas, F. (2024). Pemanfaatan AI Dalam Branding dan Pemasaran UMKM. *JOMPA ABDI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 155–163.
<https://jurnal.jomparnd.com/index.php/jpabdi>
- Ramadhana, R. Z., & Nasution, M. I. P. (2024). Analisis Dampak Penerapan Teknologi AI pada Pengambilan Keputusan Strategis dalam Sistem Informasi Manajemen. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, 2(1), 161–168.
<https://doi.org/10.59024/jis.v2i1.579>
- Suwedi, I. K., Udayana, I. G. B., Sanjaya, I., & ... (2023). Effectiveness of Implementation of Good Agricultural Practices and Productivity Improvement Strategy for Arabica Specialty Kintamani Coffee. ... *Journal*, 3(1), 14–26.
<https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/agriwar/article/view/7202%0Ahttps://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/agriwar/article/download/7202/4534>
- Tuar, E. E., Tamba, I. M., & Lestari, P. F. K. (2019). Analisis Pemasaran Kopi Arabika Di Desa Belantih Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli. *AgriMETA*, 9(18), 10–14.