



---

**PELATIHAN MANAJEMEN CAFE DAN MEDIA SOSIAL DESA WISATA MERANTI,  
BALIKPAPAN****Oleh****Maryo Inri Pratama<sup>1</sup>, Asful Hariyadi<sup>2</sup>, Umar Mustofa<sup>3</sup>, Ilham Faathir Putra<sup>4</sup>, Nadia Puspita Ayu Ningtyas<sup>5</sup>, Muhammad Daffa Rujid<sup>6</sup>, Fachri Febrianto<sup>7</sup>**<sup>1,3,4,5,6,7</sup>Perencanaan Wilayah dan Kota, Institut Teknologi Kalimantan<sup>2</sup>Perencanaan Wilayah dan Kota, Institut Teknologi KalimantanE-mail: <sup>1</sup>[maryo.inri@lecturer.itk.ac.id](mailto:maryo.inri@lecturer.itk.ac.id)

---

**Article History:**

Received: 11-11-2024

Revised: 02-12-2024

Accepted: 17-12-2024

**Keywords:**Manajemen,  
Pelatihan, Wisata

**Abstract:** Kawasan Wisata Hutan Meranti di Kota Balikpapan, yang terletak di KM 15 Kelurahan Karang Joang, Kecamatan Balikpapan Utara. Meskipun memiliki daya tarik alam yang melimpah, kawasan ini menghadapi kendala seperti keterbatasan fasilitas dan kurangnya pengalaman manajerial. Untuk mengatasi masalah ini, dilakukan program pengabdian masyarakat melalui dua pelatihan utama: manajemen kafe dan manajemen media sosial. Pelatihan manajemen kafe bertujuan untuk meningkatkan keterampilan operasional dan pengelolaan kafe, serta menjadikannya pusat kuliner. Sementara itu, pelatihan manajemen media sosial bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital melalui pembuatan konten kreatif menggunakan teknologi seperti ChatGPT. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta dalam kedua bidang tersebut. Program ini diharapkan dapat memperkuat keberlanjutan pengelolaan kawasan, mendorong peningkatan ekonomi lokal, dan menjadikan Hutan Meranti sebagai destinasi wisata yang unggul dan berdaya saing.

---

**PENDAHULUAN**

Kawasan Hutan Meranti, yang terletak di KM 15 Kelurahan Karang Joang, Kecamatan Balikpapan Utara, memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Terletak hanya 40 menit dari Ibu Kota Negara (IKN) melalui jalur tol Jembatan Pulau Balang dan 30 menit dari pusat kota Balikpapan, kawasan ini menawarkan keindahan alam yang memukau dengan luas daratan sekitar 17 Ha dan area perairan seluas 50 Ha. Keberagaman budaya dan sumber daya alam yang ada memberikan peluang besar untuk mengembangkan kawasan ini menjadi destinasi wisata unggulan. Meskipun demikian, kawasan ini masih menghadapi kendala dalam pengelolaan dan fasilitas pendukung yang memadai, seperti tempat makan dan sarana perdagangan yang dapat memperpanjang durasi kunjungan wisatawan (Arifin et al., 2023; Torlak et al., 2019).

Sejak 2004, kawasan Hutan Meranti telah menjalani proses reboisasi oleh masyarakat setempat, dan pada 2021, masyarakat Kampung Banyumas mendapatkan izin Hutan Kemasyarakatan (HKm) serta membentuk Pokdarwis untuk mengelola Wana Wisata Meranti yang resmi dibuka pada 2022. Meskipun demikian, fasilitas yang ada seperti tenda camping

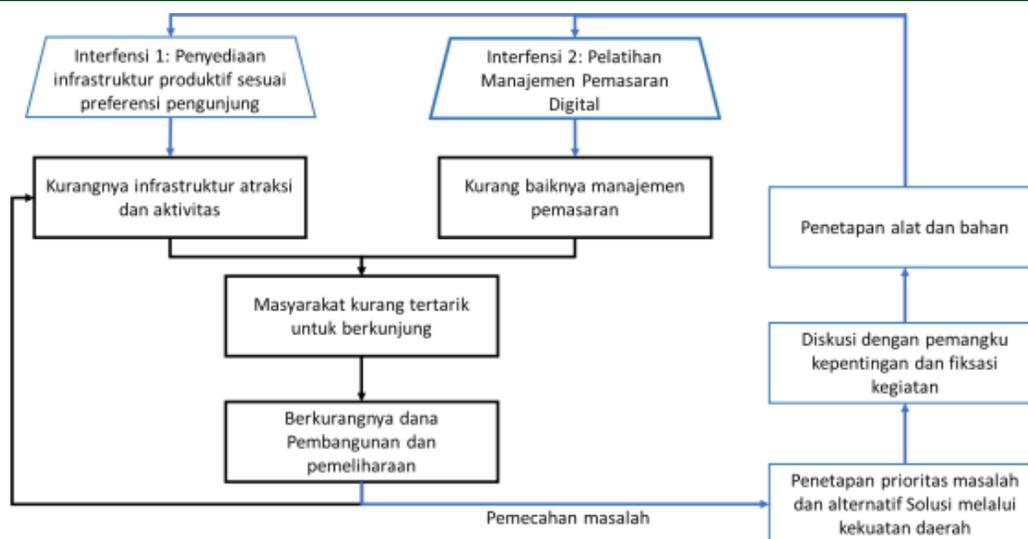


dan aula pertemuan masih sangat sederhana, dengan sebagian besar bergantung pada hibah CSR. Dalam upaya mengoptimalkan pengelolaan kawasan ini, pelatihan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat lokal sangat diperlukan, terutama dalam manajemen kafe dan pengelolaan media sosial (Melani, Afandi, & Indrawan, 2019; Vitasari, Salamia, & Indriani, 2022).

Mayoritas anggota Pokdarwis adalah perempuan dengan rata-rata usia dewasa (29–52 tahun) dan tingkat pendidikan SMA. Dengan demografi ini, pelatihan manajemen kafe sangat relevan untuk memberikan keterampilan praktis dalam mengelola usaha kuliner yang menarik dan profesional, sehingga dapat meningkatkan pengalaman wisatawan sekaligus menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat lokal (Paramita et al., 2022; Nobre & Silva, 2014). Pelatihan media sosial juga menjadi kebutuhan mendesak untuk mempromosikan kawasan ini secara efektif, dengan memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Penelitian menunjukkan bahwa adopsi media sosial memberikan peluang signifikan bagi UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan membangun hubungan lebih dekat dengan pelanggan (Dahnil et al., 2014). Program ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan, serta memberikan dampak ekonomi berkelanjutan bagi masyarakat sekitar kawasan Hutan Meranti (Atanassova & Clark, 2015; Nobre & Silva, 2014)

## **METODE**

Metode yang digunakan untuk meningkatkan pengelolaan dan pemasaran wisata Meranti adalah melalui pelatihan manajemen pemasaran digital. Pelatihan ini akan ditujukan kepada anggota Pokdarwis dan pengelola wisata untuk memperkenalkan strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan platform online lainnya. Peserta akan diajarkan teknik-teknik pemasaran digital yang efektif, seperti pembuatan konten menarik, penggunaan hashtag yang relevan, dan interaksi aktif dengan pengikut dan calon pengunjung. Selain itu, akan dikembangkan kampanye pemasaran digital yang kreatif dan berkelanjutan guna meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap wisata Meranti [(Priandini et al, 2023; Prabowo et al, 2023; Hakim et al, 2020)]. Pentingnya memonitor dan mengevaluasi kinerja pemasaran digital secara berkala juga akan ditekankan, sehingga dapat mengidentifikasi keberhasilan dan area perbaikan, serta menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan perubahan tren dan kebutuhan pasar. Dengan demikian, diharapkan penggunaan strategi pemasaran digital yang tepat akan membantu meningkatkan daya tarik dan kunjungan ke wisata Meranti, serta memperkuat citra dan eksposur destinasi tersebut di dunia digital (Pratama et al., 2022; Janah, 2019).



**Gambar 1. Diagram Pemecah Masalah**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat Desa Meranti dengan menggunakan metode pelatihan dalam pelatihan manajemen café dan pelatihan manajemen media sosial dalam bentuk sosialisasi, ceramah dan diskusi, Tanya jawab dan pemberian contoh dengan melakukan praktek dalam menentukan konsep konten serta manajemen café.

#### *Persiapan*

Pada tahap persiapan yang dilakukan adalah mengundang para peserta yang merupakan masyarakat Meranti. Peserta pelatihan terdiri dari 10 orang untuk pelatihan manajemen media sosial dan 5 orang untuk pelatihan manajemen café yang memiliki pengalaman. Hambatan utama yaitu usia sebagian besar peserta yang cenderung kurang akrab dengan tren pemasaran modern seperti media sosial. Hal ini menjadi penghalang dalam memaksimalkan potensi pemasaran. Maka dalam pelatihan ini pemateri menggunakan teknologi AI untuk memberikan ide-ide kreatif dalam mendukung pembuatan konten promosi yang relevan dan menarik bagi target pemasaran.

#### *Pelaksanaan Pelatihan*

Pelatihan Manajemen media sosial dengan tema “Pengelolaan Sosial Media dalam Pariwisata Digital di Era Modern” pada pelatihan ini peserta belajar merancang strategi pemasaran melalui media sosial dengan bantuan Chat GPT (AI) dan diminta membuat 10 ide konten promosi dengan format tabel berisi *hook*, isi *call-to-action* (CTA), rekomendasi langsung. Pelatihan manajemen kafe dengan tema “Strategi Manajemen Café dalam Pengembangan Wisata Meranti” pada pelatihan ini peserta diajarkan dasar-dasar operasional kafe, termasuk bagaimana menciptakan suasana yang nyaman dan menarik bagi pelanggan. Kemudian peserta diajarkan bagaimana memantau kafe walaupun dari jauh dengan karyawan kafe yang harus melaporkan semua stok barang dan apa saja yang berhubungan dengan kafe.

#### *Evaluasi*

Dilakukan survey berupa pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Sehingga didapatkan rata-rata skor pelatihan sebelum dan setelah terdapat peningkatan pemahaman terkait pelatihan, serta meningkatkan keterampilan

operasioanl danpemasaran.

## HASIL

Pada hasil pengabdian ini terbagi menjadi 2 kategori, yaitu Pelatihan Manajemen media sosial dan pelatihan Manajemen Kafe. Hasil tersebut dapat dilihat melalui penjelasan berikut.

### ***Pelatihan Manajemen Media Sosial***

Pelatihan Manajemen media sosial dengan tema “Pengelolaan Sosial Media dalam Pariwisata Digital di Era Modern” menghasilkan peningkatan pemahaman peserta dalam pengenalan tentang pembuatan konten kreatif untuk mendapatkan perhatian di sosial media dengan mengikuti trend pada masa sekarang. Peserta diajarkan juga bagaimana caranya agar mendapat perhatian banyak orang melalui postingan dengan melalui karakter lingkungan dan kebiasaan disekitar, survey hastag yang sering digunakan competitor, fokus pada satu atau dua platform sebelum mencoba semuanya sekaligus dan menentukan segmentasi postingan.

Kemudian pada pelatihan ini, para peserta diajarkan bagaimana agar dapat membuat *planning* konten menggunakan AI (*Chat GPT*) untuk menghasilkan ide-ide promosi yang menarik sehingga peserta mampu membuat tabel ide konten promosi yang terdiri dari *hook*, isi *call-to-action* (CTA), rekomendasi foto dan hastag.

Contoh sebagai berikut.

- **Hook:** "Ngopi nggak harus mahal, tapi tetap nikmat. Setuju?"
- **Isi:** "Nikmati kopi premium dengan harga bersahabat. Dibuat dengan cinta oleh baristakami."
- **CTA:** "Datang ke warung kami dan nikmati kopi nikmat tanpa membuat kantong bolong!"
- **Foto:** Barista menyajikan kopi dengan latte art cantik.
- **Hashtag:** #KopiNikmat#WarungKopi #NgopiMurah



Gambar 4. Contoh Rekomendasi

Foto Chat GPT

### ***Pelatihan Manajemen Café***

Pelatihan ini dilakukan untuk memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan manajemen cafe kepada kelompok pokdarwis agar dapat mengelola cafe secara efektif.



Pemberian materi membahas terkait bagaimana operasional pelaksanaan manajemen cafe mulai dari bagaimana cara mengelola, metode manajemen, dan memberikan pemahaman terkait konsep manajemen berdasarkan pengalaman pribadi pemateri.



Gambar 5. Dokumentasi Hasil Kegiatan



Gambar 6. Dokumentasi Pelatihan Manajemen Cafe

Table 1. Penjelasan Materi Manajemen Cafe

Kegiatan Persiapan Sebelum Pembukaan Cafe	Kegiatan Saat Melayani Pelanggan / Jam Operasional	Kegiatan Persiapan Menutup Cafe
<b>A. Kebersihan dan Sanitasi</b>	<b>A. Pelayanan Pelanggan</b>	<b>A. Kebersihan dan Sanitasi</b>
Bersihkan seluruh area bar, meja, kursi, dan rak pajangan.	Sapa pelanggan dengan senyuman dan berikan salam hangat.	Bersihkan semua peralatan barista (mesin kopi, pitcher, tamper) dengan air bersih dan sabun.
Sterilkan semua peralatan barista (mesin espresso, grinder, pitcher, blender).	Ambil pesanan dengan ramah, ulangi pesanan untuk memastikan kebenaran.	Lap meja, kursi, dan rak pajangan dengan kain bersih.
Bersihkan wastafel dan area cuci, pastikan tersedia sabun pencuci piring.	Berikan rekomendasi menu spesial atau upsell jika memungkinkan.	Kosongkan knock box dan bersihkan dari ampas kopi.
Gunakan kain lap bersih untuk membersihkan mesin dan meja.	Siapkan pesanan dengan presisi, pastikan penyajian estetik dan sesuai standar.	Buang sampah, ganti kantong plastik, dan pastikan tempat sampah bersih.
<b>B. Persiapan Bahan dan Peralatan</b>	<b>B. Kebersihan Area dan Peralatan</b>	<b>B. Stok dan Penyimpanan</b>
Isi ulang biji kopi di	Bersihkan area bar dan	Simpan bahan sisa



<b>Kegiatan Persiapan Sebelum Pembukaan Cafe</b>	<b>Kegiatan Saat Melayani Pelanggan / Jam Operasional</b>	<b>Kegiatan Persiapan Menutup Cafe</b>
grinder, siapkan stok sesuai perkiraan penjualan harian.	meja pelanggan setelah setiap pesanan selesai.	seperti susu dan sirup di kulkas dengan penutup yang rapat.
Cek persediaan susu (whole milk, almond, oat milk), sirup, dan topping (whipped cream, coklat, dll.).	Gunakan kain lap bersih untuk membersihkan permukaan meja dan peralatan.	Catat bahan yang habis atau hampir habis untuk laporan stok harian.
Siapkan garnish seperti bubuk kayu manis, gula, dan stick wafer di wadah bersih.	Buang sampah di knock box secara berkala agar tidak penuh.	Pastikan semua peralatan seperti pitcher dan blender dalam kondisi kering sebelum disimpan.
Periksa ketersediaan air di mesin espresso dan isi jika diperlukan.		
<b>C. Mesin dan Elektronik</b>	<b>C. Pengelolaan Stok</b>	<b>C. Mesin dan Elektronik</b>
Nyalakan dan panaskan mesin espresso selama 15 menit sebelum digunakan.	Pantau stok bahan yang mulai menipis, seperti susu, sirup, atau garnish.	Matikan semua mesin seperti espresso machine, grinder, dan blender.
Cek tekanan boiler mesin kopi, pastikan sesuai standar.	Catat kebutuhan restock bahan untuk persiapan shift berikutnya.	Cabut semua perangkat elektronik yang tidak diperlukan saat cafe tutup.
Pastikan blender, kulkas, mesin pencuci piring, dan perlengkapan lainnya berfungsi.		Matikan lampu, AC, dan perangkat lain di area cafe.
<b>D. Penataan Area</b>	<b>D. Interaksi dan Penanganan Keluhan</b>	<b>D. Rekap dan Laporan</b>
Susun alat seperti tamper, knock box, dan pitcher sesuai SOP untuk efisiensi kerja.	Tanggapi keluhan pelanggan dengan cepat dan sopan.	Rekap omset harian dari kasir, termasuk pembayaran tunai dan digital.
Pastikan meja barista bebas dari kotoran dan tidak ada alat yang berantakan.	Berikan solusi, seperti mengganti pesanan jika ada kesalahan.	Laporkan insiden atau masalah teknis kepada supervisor.



Kegiatan Persiapan Sebelum Pembukaan Cafe	Kegiatan Saat Melayani Pelanggan / Jam Operasional	Kegiatan Persiapan Menutup Cafe
Periksa dan atur area kasir, termasuk alat EDC, uang kembalian, dan struk.	Pastikan pelanggan merasa puas sebelum meninggalkan cafe.	Pastikan catatan penjualan dan stok disimpan dengan rapi.
<b>E. Komunikasi Tim</b>		<b>E. Keamanan</b>
Lakukan briefing pagi untuk membahas menu spesial, promo, atau informasi penting lainnya.		Kunci semua pintu masuk dan jendela.
Pastikan setiap barista memahami tugas masing-masing untuk shift.		Pastikan tidak ada barang yang tertinggal di meja pelanggan.
		Laporkan jika ada barang yang mencurigakan atau tertinggal di area cafe.

## DISKUSI

### Pelatihan Manajemen Media Sosial

Kegiatan ini menggunakan tahap evaluasi dengan menggunakan metode *pre-test* dan *post-test*. Dan didapatkan hasil dari kegiatan pelatihan ini dengan jumlah peserta sebanyak 10 orang adalah sebagai berikut.



**Gambar 6.** Hasil Evaluasi dari Kuisisioner Pelatihan Manajemen Media Sosial

Dari hasil kuisisioner didapatkan bahwa terdapat peningkatan di beberapa pemahaman di pertanyaan yaitu P3 dengan pertanyaan "Seberapa pahamkah anda mengenai startegi pemasaran kafe menggunakan media sosial seperti Instagram,



Facebook atau tiktok ?” dari pertanyaan sebelum didapatkan bahwa selisih nilai 1.1. Kemudian untuk pertanyaan P6 yaitu “Seberapa pahamkah anda tentang cara menyusun target pasar dan segmentasi pelanggan untuk kafe Anda?” yang mendapatkan selisih nilai sebesar 1.1. Dari kuisioner pelatihadidapatkan bahwa para pesertamengalami peningkatan setelahdilakukan pelatihan.

### ***Pelatihan Manajemen Café***

Pelatihan dilaksanakan dengan total 5 peserta dari masyarakat meranti. Dari pelaksanaan pelatihan tersebut, menggunakan metode pre-test dan post-test untuk mengetahui data keberhasilan berdasarkan perbandingan pemahaman pesertadari sebelum dan sesudah mendapatkan materi dari pelatihan.



**Gambar 7. Hasil Evaluasi dari Kuisioner Pelatihan ManajemenCafé**

Dan dari kuisioner yang diajukan terdapat peningkatan pemahaman terkait pelatihan sebelum dan sesudah yaitu dipertanyaan P1 dan P2, dimana terdapat peningkatan dengan pertanyaan “Seberapa pahamkah anda tentang konsep manajemen operasional kafe, seperti pemantauan stok bahan dan pengelolaan layanan pelanggan ?” dan pertanyaan terkait “Seberapa pahamkah anda tentang cara menyusun anggaran dan mengelola keuangan café agar tetap efisien dan menguntungkan ?” dengan selisih sebesar 1.1.

## **KESIMPULAN**

Program pengabdianmasyarakat ini berhasilmeningkatkan kemampuanpeserta dalam mengelola kafe dan memanfaatkan mediasosial untuk promosi. Pelatihan manajemen kafe memberikan pemahaman yang lebih baik tentang operasional kafe, sedangkan pelatihan media sosial membuka wawasan peserta tentang pentingnya pemasaran digital di era modern. Dengan bantuan teknologi AI seperti ChatGPT, peserta dapat mengatasi keterbatasan dalam memahami tren pemasaran dan menghasilkan ide-ide promosi yang kreatif dan relevan. Program ini juga menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta, dengan skor rata-rata sebelum pelatihan sebesar 60% dan setelah pelatihan meningkat menjadi 85%.

Adapun saran yang dapat kami berikan setelah pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut.



1. Keberlanjutan Pelatihan : Disarankan untuk mengadakan pelatihan lanjutan yang lebih spesifik, seperti pelatihan mendalam tentang analisis data pemasaran digital dan peningkatan kreativitas konten.
2. Penguatan Komunitas : Membentuk komunitas pemasarana berbasis digital bagi mira untuk saling berbagi pengalaman dan startegi yang dapat diterapkan secara kolektif.
3. Monitoring dan Evaluasi: Dilakukan monitoring berkala untuk memastikan penerapan hasil pelatihan, serta mengukur dampak jangka panjang terhadap peningkatan pendapatan kafe dan kunjungan pelanggan.

### **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi atas hibah BIMA dengan skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat tahun 2024

### **DAFTAR REFERENSI**

- [1] Arifin, M., Anwar, S., Widyastuti, E., & Hermanto, B. (2023). Pengembangan sumber daya manusia dan budaya organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan pada Amanda Cafe. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 296–307.
- [2] Atanassova, I., & Clark, L. (2015). Social media practices in SME marketing activities: A theoretical framework and research agenda. *Journal of Customer Behaviour*, 14(2), 163–183.
- [3] Dahnil, M. I., Marzuki, K. M., Langgat, J., & Fabeil, N. F. (2014). Factors influencing SMEs adoption of social media marketing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 119–126.
- [4] Hakim FA, Banjarnahor J, Purwanto RS, Rahmat HK, Widana ID. Pengelolaan obyek pariwisata menghadapi potensi bencana di Balikpapan sebagai penyangga ibukota negara baru. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*. 2020 Oct 1;7(3):607-12.
- [5] Melani, E., Afandi, A., & Indrawan, A. K. (2019). Peningkatan kapasitas pengelolaan desa wisata Kafe Sawah Pujon Kidul. *Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 1–5.
- [6] Nobre, H., & Silva, D. (2014). Social network marketing strategy and SME strategy benefits. *Journal of Transnational Management*, 19(2), 138–151.
- [7] Paramita, C., Destari, F., & Widi Nugraha, K. S. (2022). Pendampingan UKM Warung Ta Cafe: Peningkatan manajemen usaha dalam menghadapi persaingan. *JABB*, 3(1), 159–162.
- [8] Prabowo ET, Kadri MK, Mustofa U, Pratama MI. Arahana Pengelolaan Berdasarkan Tipologi dan Pemanfaatan Pemakaman di Kelurahan Karang Joang: Management Directions Based on Typology and Use of Cemeteries in Karang Joang Village. *COMPACT: Spatial Development Journal*. 2023 Aug 30;2(3):29-37
- [9] Pratama BM, Sunardi HI, Indreani S, Puspitasari D, Septa P, Hosana RN, Akmalunnisaa S, Tjiang RC. Strategi Promosi Pariwisata Pada Kawasan Wisata Mangrove Pendopo Teritip, Kelurahan Teritip, Kecamatan Balikpapan Utara. *Mitra Mahajana: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2022;3(1):12-7.
- [10] Janah U. Pendataan Tempat-Tempat Pariwisata di Kota Balikpapan Serta Perbatasan



- Wilayah Kutai Kartanegara di Samboja. *Abdimas Universal*. 2019 May 18;1(1):24-30.
- [11] Priandini DO, Syafitri ED, Mustofa U, Astha DP. Analisis Karakteristik Sektor Pariwisata Kota Balikpapan. *COMPACT: Spatial Development Journal*. 2023 Dec 30;2(3):16-28.
- [12] Torlak, N. G., Demir, A., & Budur, T. (2019). Impact of operations management strategies on customer satisfaction and behavioral intentions at café-restaurants. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 68(7), 1269–1288.
- [13] Vitasari, P., Salammia, & Indriani, S. (2022). Pendampingan pengembangan usaha bisnis pada Café Fresh Corner Kota Malang. *JASTEN*, 3(1), 17–18.