

Buku ini mengupas pilihan sadar dan unik Gartenhutte untuk lahir dan berkembang bersama masyarakat dalam melaksanakan dan mengembangkan usaha kafe mereka. Pilihan-pilihan Gartenhutte tersebut tercermin pada inovasi-inovasi yang mereka lakukan bersama masyarakat untuk memajukan bisnis usaha mereka. Buku ini juga mengupas peran dan kontribusi dari dosen-dosen Universitas Surabaya dengan Gartenhutte sedari awal mereka lahir dan tumbuh bersama masyarakat Desa Selotapak.

Penerbit (Anggota IKAPI dan APPTI)
Direktorat Penerbitan & Publikasi Ilmiah
Universitas Surabaya
Jl. Raya Kalirungkut Surabaya 60293
Telp. (62-31) 298-1344
E-mail: ppi@unit.ubaya.ac.id
Web: ppi.ubaya.ac.id

ISBN 978-623-6373-85-9



Gartenhütte **KAFFEE UND AUSSICHT**

Endah Asmawati, Hazrul Iswadi, Erna Andajani, Zunairoh, Yayon Pamula Mukti, Felix Handani



Gartenhütte

KAFFEE UND AUSSICHT

**LAHIR DAN TUMBUH BERSAMA
MASYARAKAT**

**ENDAH ASMAWATI, HAZRUL ISWADI,
ERNA ANDAJANI, ZUNAIROH,
YAYON PAMULA MUKTI, FELIX HANDANI**



Gartenhütte

Kaffee und Aussicht

Lahir dan Tumbuh bersama Masyarakat

Penulis:

Endah Asmawati

Hazrul Iswadi

Erna Andajani

Zunairoh

Yayon Pamula Mukti

Felix Handani



Gartenhütte

Kaffee und Aussicht

Lahir dan Tumbuh bersama Masyarakat

Penulis:

Endah Asmawati

Hazrul Iswadi

Erna Andajani

Zunairoh

Yayon Pamula Mukti

Felix Handani

Editor:

Hazrul Iswadi

ISBN : 978-623-6373-85-9

Penerbit :

Direktorat Penerbitan & Publikasi Ilmiah

Universitas Surabaya

Jl. Raya Kalirungkut, Surabaya 60293

Telp. (62-31) 298-1344

E-mail: ppi@unit.ubaya.ac.id

Hak cipta dilindungi Undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini
dalam bentuk dan dengan cara
apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

Kata Pengantar

Gartenhütte merupakan salah satu destinasi wisata yang ada di Desa Selotapak Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto. Sejak awal berdirinya sampai saat ini, Gartenhütte tetap konsisten mengembangkan wisata yang berbasis pemberdayaan masyarakat, sesuai dengan visinya “Mewujudkan pariwisata desa yang bermutu, bermartabat dan bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat”. Sejak awal berdiri, pada tahun 2019, Gartenhütte selalu melibatkan masyarakat sekitar pada bermacam aspek dalam pelaksanaan dan pengembangan wisatanya antara lain sebagai karyawan, vendor untuk makanan minuman, *sharing* modal, dan *sharing* pengetahuan dengan warga masyarakat Desa Selotapak.

Langkah pemberdayaan masyarakat yang ditempuh oleh Gartenhütte tentu merupakan pilihan sadar dan sekaligus unik. Gartenhütte melakukan pilihan sadar setelah berproses dan mendapatkan dukungan dosen-dosen dan LPPM Universitas Surabaya. Kemudian pilihan tersebut juga unik karena sangat jarang usaha kafe menggunakan pilihan tersebut untuk melaksanakan dan mengembangkan kafe mereka.

Buku ini mengupas pilihan sadar dan unik Gartenhütte untuk lahir dan berkembang bersama masyarakat dalam melaksanakan dan mengembangkan usaha kafe mereka. Pilihan-pilihan Gartenhütte tersebut tercermin pada inovasi-inovasi yang mereka lakukan bersama masyarakat untuk memajukan bisnis usaha mereka. Buku ini juga mengupas peran dan kontribusi dari dosen-dosen Universitas Surabaya dengan Gartenhütte sedari awal mereka lahir dan tumbuh bersama masyarakat Desa Selotapak.

Program pendampingan yang dilakukan Tim *Matching Fund* (MF) merupakan program terbaru antara dosen-dosen Ubaya dengan Gartenhütte. Kegiatan ini merupakan kelanjutan program pendampingan yang telah dilakukan sebelumnya di Gartenhütte sejak tahun 2019, yaitu awal berdirinya Gartenhütte. Pada kegiatan MF ini, tim mendampingi Gartenhütte dan masyarakat sekitar dalam rangka peningkatan perekonomian. Buku ini menyajikan kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh Gartenhütte bersama dosen-dosen Ubaya dalam berbagai macam program termasuk dengan kegiatan dari tim MF dalam rangka pendampingan, baik itu pendampingan ke karyawan dan manajemen Gartenhütte maupun pendampingan ke masyarakat Desa Selotapak.

“Tiada gading yang tak retak”, demikian juga isi dari buku ini. Kritik dan saran dari pembaca, kami perlukan untuk kesempurnaan buku ini. Semoga buku ini dapat memberi inspirasi dari berbagai pihak untuk kemajuan bangsa. Selamat membaca.

Surabaya, 12 Oktober 2021

Tim Program *Matching Fund* Gartenhütte

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	iii
Gartenhütte - Café dengan Konsep Inovasi Tiada Henti.....	1
Pemberdayaan Masyarakat melalui Café.....	17
Inovasi Manajemen dan Pengelolaan Keuangan.....	41
Si Ungu Olahan Khas Gartenhütte, Desa Selotapak.....	65
Teknologi Informasi dalam Pelayanan di Kafe.....	79
Tentang Para Penulis.....	95

Gartenhütte

Café dengan Konsep Inovasi Tiada Henti

Endah Asmawati

Prodi Teknik Informatika

Gartenhütte adalah sebuah café yang berada di Dusun Jaten, Desa Selotapak, Kecamatan Trawas, Mojokerto, Jawa Timur. Desa Selotapak dikenal sebagai salah satu desa surga versi warganet (<https://pojoksatu.id/news/berita-nasional/2019/12/23/10-desa-surga-versi-warganet>). Desa ini terletak diantara dua pegunungan, yaitu Gunung Penanggungan dan Gunung Arjuno Welirang. Udara yang sejuk dan hamparan sawah yang terbentang sejauh mata memandang, menambah keindahan alam Desa Selotapak.

Gartenhütte merupakan salah satu café yang pertama tumbuh di Selotapak. Pemilik café, Bapak Hariadi Winarno atau yang biasa dipanggil Pak Win, Bersama dengan kedua anaknya Dewanda Ramadhana Putra (Dana) dan Elang Yudha Waskita (Elang) seperti yang terlihat pada Gambar 1 di bawah, berkeinginan untuk mengembangkan café ini menjadi salah satu destinasi wisata di Desa Selotapak. Oleh sebab itu, dari waktu ke waktu pemilik berusaha untuk melakukan inovasi dalam mengembangkan café Gartenhütte menjadi wisata kuliner dengan melibatkan masyarakat desa Selotapak sebagai mitra.

Pada tahun 2019, pemilik mulai melakukan pembangunan pondok utama Gartenhütte (Gambar 2), sebuah bangunan rumah berbentuk segitiga yang terdiri dari dua tingkat, lantai 1 digunakan untuk menerima tamu dan privasi pemilik, serta lantai 2 untuk istirahat. Disekeliling bangunan ditanami bunga kertas yang berwarna warni dan bunga matahari, sehingga menambah keindahan bangunan Gartenhütte.



Gambar 1. Pemilik Gartenhütte-Pak Win-Dana-Elang.



Gambar 2. Bangunan pertama Gartenhütte.

Pada awal berdirinya, Gartenhütte merupakan bangunan yang digunakan untuk menyimpan alat pertanian dan hasil pertanian. Nama Gartenhütte diambil dari Bahasa Jerman, Garten dan Hütte. Garten berarti taman dan Hütte artinya gudang atau tempat penyimpanan. Jadi Gartenhütte adalah tempat penyimpanan yang dikelilingi oleh taman bunga.

Arsitektur bangunan yang unik di Gartenhütte terinspirasi dari bangunan yang ada di negara Jerman dan Rusia. Logo

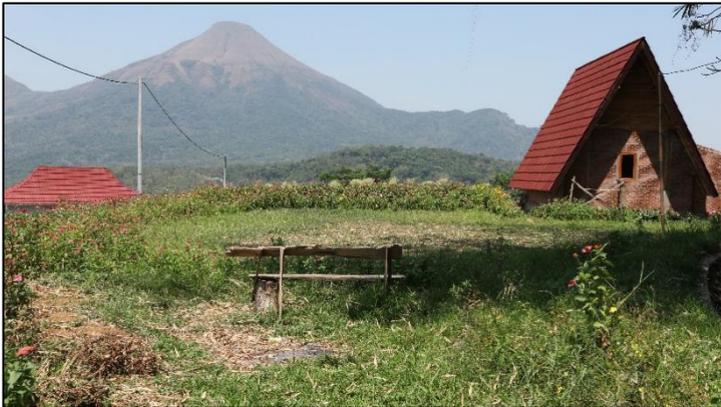
Gartenhütte (Gambar 3) dibuat dengan tiga filosofi, pertama, gambar segitiga besar yang mewakili bangunan unik Gartenhütte, kedua terdapat dua segitiga yang lebih kecil di kanan dan kiri segitiga besar melambangkan bahwa Gartenhütte berada diantara Gunung Penanggungan dan Gunung Arjuna Welirang, dan ketiga yaitu logo tiga segitiga tersebut melambangkan bahwa Gartenhütte dibangun oleh tiga orang dalam keluarga yaitu ayah, kakak dan adik.



Gambar 3. Logo Gartenhütte.

Gartenhütte terletak pada sebuah lokasi yang sangat indah. Hamparan sawah terasering dan Gunung Penanggungan-Welirang dapat terlihat jelas dari Gartenhütte. Pada awal berdirinya, Gartenhütte belum dikenal orang seperti saat ini. Pada saat itu, sawah Terasiring desa Selotapak sudah mulai viral. Banyak orang yang datang ke Terassiring untuk berfoto. Bangunan Gartenhütte yang unik dan taman bunga yang indah membuat orang-orang yang datang ke sawah terasiring, mampir ke Gartenhütte untuk berfoto (Gambar 4). Banyak fotografer profesional yang menunggu *sunrise* dan akan melakukan pemotretan disekitar Terasering mampir ke Gartenhütte. Salah satu fotografer yang kebetulan adalah teman pemilik, sering diajak minum kopi dan bersantai di sana. Dari perbincangan santai tersebut tercipta sebuah ide untuk membuka sebuah cafe di area in, sebuah café

yang *instagramable* dimana orang-orang dapat menikmati kopi di alam terbuka.



Gambar 4. Taman bunga di sekitar Gartenhütte.

Pada awal dibukanya Gartenhütte sebagai tempat menikmati kopi, usaha ini dilakukan oleh Elang (anak nomor 2) seorang diri. Pak Win mendampingi Elang dalam menjalankan usahanya.

Sebagai siswa SMA, Elang mempunyai kewajiban untuk sekolah, sehingga Gartenhütte hanya buka pada hari Sabtu dan Minggu saja. Semua aktivitas dikerjakan sendiri oleh Elang, mulai dari belanja bahan, menyiapkan kopi, menyajikan pesanan sampai bersih-bersih. Pada saat itu peralatan yang dipergunakan juga masih sangat sederhana. Gambar 5 menunjukkan alat-alat pertama yang dipergunakan untuk pembuatan espresso. Pada gambar tersebut terlihat bahwa pada generasi pertama, alat yang dipergunakan sangat sederhana. Kreativitas Pak Win dan Elang membuat alat yang sederhana yang harganya terjangkau ini dapat menghasilkan kopi yang enak untuk diinikmati. Ketika pada hari Sabtu dan Minggu pengunjung sudah mulai banyak, Elang mulai mengajak seorang teman untuk membantu menjalankan usahanya. Usaha ini terus berkembang sampai sekarang.



(1)



(2)

Gambar 5. Peralatan awal yang digunakan untuk pembuatan espresso:
(1) Generasi pertama, (2) Generasi kedua.

Sebelum membuka café di Selotapak, Dana, sang kakak, sudah memulai usaha serupa di Malang. Pada saat SMP, Elang

sudah memulai belajar barista di café sang Kakak. Setiap jumat sepulang sekolah, Elang berangkat naik bus menuju Malang, dan pada hari sabtu dan minggu dia belajar dan membantu sang kakak dalam menjalankan usaha cafenya di Malang. Berbekal pembelajaran mandiri ini Elang membuka usaha di Trawas.

Saat café mulai buka setiap hari, jumlah karyawan masih sekitar 10 orang (Gambar 6), itupun sudah termasuk dua orang pemilik, Dana dan Elang. Dengan semakin viralnya Gartenhütte di media sosial, semakin banyak pengunjung yang datang. Saat ini jumlah karyawan Gartenhütte sudah lebih dari 50 orang di bagian bar, dapur, pramusaji, dan kebersihan, 10 orang yang mengurus parkir, dan empat mitra yang mensuplai makanan. Keempat mitra juga mempunyai karyawan di tempat masing-masing.



Gambar 6. Crew Gartenhütte generasi pertama.

Perkembangan Gartenhütte seperti saat ini, tidak terlepas dari konsep dan inovasi yang dilakukan pemilik. Pemilik berkeinginan untuk menjadikan Gartenhütte sebagai café ‘rakyat’ yang sekaligus bisa menjadi destinasi wisata, yaitu wisata kuliner yang bisa dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat, baik anak-anak, remaja, atau orang tua. Menu makanan sangat bervariasi dengan harga yang terjangkau. Cara penyajian makanan tidak kalah dengan cara penyajian makanan-minuman di hotel bintang lima (Gambar 7) dan rasanya enak.



Gambar 7. Penyajian kuliner.

(Sumber: IG Gartenhütte.Id)

Pemilik juga mempunyai pemikiran bahwa café ini harus bermanfaat untuk warga desa Selotapak. Oleh sebab itu konsep pengembangannya berdasarkan pemberdayaan masyarakat, yaitu mengajak masyarakat untuk menjadi mitra. Untuk semua menu yang tersedia, Gartenhütte hanya meng-*handle* minumannya saja, sedangkan seluruh makanan diserahkan ke beberapa warga Selotapak sebagai mitra, baik itu dalam mempersiapkan, mengolah sampai menyajikan. Seluruh karyawan Gartenhütte adalah warga Selotapak. Mitra-mitra yang bekerja sama dengan Gartenhütte juga mempekerjakan warga Selotapak. Detail bentuk pemberdayaan masyarakat akan dibahas pada *chapter* berikutnya di buku ini.

Selain itu pemilik juga berprinsip untuk melakukan inovasi tiada henti. Harapannya, pengunjung akan menemukan hal baru saat datang kembali. Beberapa inovasi yang dilakukan antara lain:

- (1) Pembuatan gazebo sebagai tempat *ngopi* dengan tema geometri. *Icon* kedua yang dikenal orang tentang Gartenhütte, setelah bangunan utama, adalah tempat menikmati makanan-minuman yang berbentuk geometri. Terdapat enam gazebo, yaitu gazebo yang berbentuk lingkaran, cinta, segidelapan, segiempat, segienam, dan berbentuk atap bangunan di Sade. Keenam gazebo ini menjadi favorit pengunjung untuk menikmati makanan-minuman dan berfoto. Bentuk gazebo dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Gazebo berbentuk geometri.

- (2) Area perkemahan. Semakin banyaknya pengunjung membuat lokasi untuk makan kurang. Hal ini memberi ide untuk mengajak warga yang mempunyai lahan kosong disebelah Gartenhütte ikut terlibat dalam pengembangan wisata. Lahan tersebut dibersihkan dan didirikan tenda-tenda. Tenda ini disewakan dengan harga yang sangat terjangkau. Pengunjung dapat menikmati makanan dengan melihat terasering dari tenda (Gambar 9).



Gambar 9. Area Perkemahan

- (3) Rumah pohon. Inovasi lain yang diwujudkan pemilik adalah membangun rumah pohon diantara kumpulan pohon bambu. Rumah pohon ini terletak diketinggian 10 meter dari atas tanah. Dari sini, dapat terlihat keindahan hamparan sawah terasering dan sebagian desa Selotapak dari ketinggian.



Gambar 10. Rumah pohon.

- (4) Pembangunan beberapa tempat baru untuk memenuhi tempat duduk pengunjung. Gartenhütte merupakan *outdoor café*, artinya pengunjung diajak untuk menikmati alam pada saat mereka menikmati makanan dan minuman. Dengan semakin banyaknya pengunjung maka perlu dibuat tempat-tempat baru yang masih mempertahankan konsep *outdoor*, tidak mengganggu pesona alam yang ada, dapat menyatukan dengan alam, dan *instagramable*. Oleh sebab itu pembangunan tempat baru tetap menggunakan bahan kayu dan memperhatikan sudut pengambilan foto.



Gambar 11. Fasilitas *outdoor*.

- (5) Taman Bunga

Pembuatan taman bunga merupakan keharusan dari sebuah lokasi wisata, karena bunga memberikan kesan keindahan. Bunga yang ditanam di Gartenhütte adalah bunga kertas dan bunga matahari. Kedua jenis bunga ini relatif mudah untuk dibudidayakan, sehingga proses pembibitan tidak mengalami kesulitan. Selain kedua jenis bunga ini, di beberapa sudut Gartenhütte juga dipercantik dengan berbagai jenis tanaman yang daunnya berwarna cerah.



Gambar 12. Taman bunga.

(6) Pembangunan *homestay*

Dari hari ke hari semakin banyak permintaan pengunjung untuk dibuatkan tempat menginap yang sederhana. Yang penting saat matahari terbit, saat membuka jendela, pengunjung dapat langsung melihat matahari terbit. Saat ini telah selesai dibangun satu *homestay*. Dari jendela tempat ini bisa dilihat secara langsung Gunung Penanggungan dan sawah terasering. Rencana ke depan akan dibangun beberapa *homestay* yang langsung menghadap sawah terasering.



Gambar 13. Homestay

(7) Pembuatan *spot* foto

Sesuai dengan *tagline*-nya, bahwa Gartenhütte adalah café yang *instagramable*, maka inovasi yang dilakukan adalah menambah *spot-spot* untuk berfoto. Bangunan unik dan *spot* foto di alam sangat mendukung untuk dijadikan sebagai *spot* foto. Beberapa *spot* foto baru banyak disukai pengunjung. Hal ini terlihat dengan banyaknya orang yang antre untuk dapat berfoto di tempat tersebut.



Gambar 14. *Spot* foto.

(8) *Live music* di hari jumat dan sabtu sore sampai malam. Untuk memanjakan anak-anak mud yang suka ‘nongkrong’ pada *weekend*, pihak pemilik menyajikan *live music* pada hari jumat dan sabtu. *Live music* biasanya dimulai sekitar jam empat sore sampai malam. Banyaknya kelompok musik yang melamar untuk tampil di Gartenhütte, membuat pemilik memutuskan untuk mempersilakan mereka tampil secara bergantian. Suasana café semakin hidup dengan adanya *live music* ini.



Gambar 15. Live Music
(Sumber: IG Gartenhütte.Id)

Kesuksesan Gartenhütte seperti saat ini, keberhasilan Dana dan Elang sebagai *entrepreneur* muda, tidak terlepas dengan pola didik Pak Win yang diterapkan ke kedua anaknya. Pak Win tidak pernah memaksa profesi tertentu ke anak-anaknya. Sejak dini keluarga ini selalu membiasakan diskusi terkait berbagai hal, termasuk keinginan kedua anaknya untuk menjadi wirausahawan. Untuk itu, sejak awal anak-anak sudah diajari wirausaha. “Jika ingin sukses, jangan malu untuk mencoba”, ini merupakan prinsip yang disampaikan Pak Win ke Dana dan Elang. Apabila ada permasalahan harus diselesaikan secara bersama-sama, karena pemikiran beberapa orang akan lebih baik daripada satu orang saja. Adanya omongan negatif pada awal berdirinya Gartenhütte, tidak membuat Dana dan Elang patah semangat. Hal ini malah membuat mereka menjadi semakin bersemangat untuk mengembangkan Gartenhütte. Mereka ingin membuktikan bahwa usaha café di tempat yang jauh dari keramaian tetap akan membawa dampak positif untuk keluarga, masyarakat dan desa. Inovasi Gartenhütte juga tidak lepas dari ide kreatif Dana dan

Elang sebagai kaum milenial yang mampu memahami minat dari kaum muda.

Selain membiasakan diskusi, Pak Win juga menerapkan disiplin sebagai pola didik ke anak-anaknya. Anak-anak dibiasakan untuk berkomitmen terhadap keputusan yang diambil. Sebagai contoh, Elang yang saat ini masih berstatus sebagai pelajar harus tetap mengutamakan sekolah. Sekolah harus menjadi prioritas utama. Agar bisa menyeimbangkan sekolah dan usaha maka diperlukan komitmen dan disiplin yang tinggi.

Sebagai orangtua, pergaulan anak-anak juga menjadi perhatian tersendiri, karena teman pergaulan dapat membawa dampak positif atau negatif. Diskusi santai selalu dilakukan keluarga ini. Ide anak-anak dalam rencana pengembangan Gartenhütte selalu menjadi 'hot topic', demikian juga obrolan tentang kehidupan sosial anak-anak. Melalui obrolan santai, satu sama lain akan saling terbuka tentang segala hal, sehingga pengembangan Gartenhütte dapat terkonsep dengan baik.

Untuk mengembangkan Gartenhütte sebagai wisata kuliner *outdoor*, hal utama yang harus dipelajari adalah mengenal kondisi alam di sekitar Gartenhütte. Keindahan alam di sekitarnya harus tetap dilestarikan. Penambahan bangunan dan wahana wisata harus tetap memperhatikan lingkungan. Saat ini Gartenhütte tengah menuju green café dengan mengurangi penggunaan sedotan plastik. Rencana ke depan, penggunaan sedotan plastik akan ditiadakan.

Pak Win, Dana, dan Elang berharap di kemudian hari Gartenhütte akan menjadi café yang lebih merakyat, artinya semua lapisan masyarakat bisa menikmati wisata kuliner di Gartenhütte. Karena prinsip yang dipegang adalah menyajikan makanan minuman berkualitas yang rasanya enak dan harga bersahabat dikantong. Mereka juga berharap dengan berkembangnya Gartenhütte maka pemberdayaan masyarakat desa Selotapak juga semakin luas. Semakin banyak tenaga kerja yang bisa ditampung di Gartenhütte, sehingga masyarakat Gartenhütte tidak perlu mencari pekerjaan ke kota atau daerah

lain. Pemuda-pemuda Selotapak dapat bekerja di kampung halaman dan ikut memajukan desanya sebagai desa wisata.

Melalui Gartenhütte, masyarakat ditunjukkan secara nyata bahwa dimanapun kita berada, selama ada kemauan, pasti ada jalan untuk dapat meningkatkan perekonomian keluarga. Karena sukses tidak harus bekerja di kota atau mengikuti orang lain. Selagi masih muda, jangan malu untuk mencoba dan berkreasi, jangan gengsi. Gunakan masa muda sebaik mungkin sehingga di masa tua kita bisa bersyukur kehidupan dengan tenang. Selain itu, untuk dapat maju dan sukses jangan malu untuk belajar dari orang lain, karena banyak ilmu yang bisa dipelajari dari orang lain, baik itu orang-orang yang sudah sukses ataupun orang yang kesuksesannya tertunda.

Pada bagian terakhir, Pak Win berharap kerjasama yang telah dilakukan dengan Universitas Surabaya melalui berbagai pendampingan tetap bisa dilaksanakan pada tahun-tahun berikutnya. Pendampingan dalam peningkatan pengetahuan sumber daya manusia Gartenhütte sangat diperlukan, karena tidak ada karyawan yang mempunyai dasar pendidikan perhotelan. Semua karyawan belajar secara mandiri, sehingga perlu pendampingan dari pihak perguruan tinggi. Tim yang terlibat pada pendampingan ini antara lain **Endah Asmawati, Hazrul Iswadi, Arif Herlambang, Erna Andajani, Felix Handani, Yayon Pamula Mukti, Zunairoh, Utomo, dan Kartika Erawati**. Foto-foto dari anggota tim dapat terlihat pada Gambar 16.



Gambar 16. Tim *Matching Fund* Gartenhütte dan mitra.

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kafe

Hazrul Iswadi

Prodi Magister Teknik Industri

Berdasarkan penjelasan yang diperoleh pada *Britannica* (lihat di <https://www.britannica.com/topic/cafe-eating-and-drinking-establishment>), kafe adalah tempat makan dan minum yang kecil. Biasanya menu yang tersedia terbatas. Asal mula kafe pertama didirikan dapat ditelusuri mulai dari tahun 1550 di Konstantinopel dan langsung digandrungi masyarakat Eropa dengan menyebar ke berbagai penjuru Eropa seperti Inggris, Jerman, Prancis, dan Italia. Masih berdasarkan sejarah, menu utama kafe adalah minuman kopi dan dari nama kopi itu pulalah nama kafe diperoleh.



Gambar 1. Gabriela BaronCaffè Florian di Venesia, Italia.

Pada Januari 2021, kafe tertua di dunia merayakan usia ke 301-nya. Kafe tersebut adalah Gabriela BaronCaffè Florian yang berlokasi di Venesia, Italia. Gambar 1 menunjukkan gambar Gabriela BaronCaffè Florian di Venesia, Italia.

Dua ratus tahun setelah kemunculan pertama di Konstantinopel, kafe-kafe terkenal mulai menjamur di Inggris. Kepopuleran kafe ternyata selain diperoleh dari makanan dan minuman yang disajikan tapi juga dari fungsi sosial yang menyertai keberadaan kafe tersebut. Kafe menjadi tempat *nongkrong* dan *kongkow-kongkow* dari semua kalangan dan usia.

Kafe menjadi melting pot dari berbagai kalangan untuk segala macam urusan. Di Inggris kepopuleran kafe dibarengi dengan tempat berhimpunannya berita, diskusi, dan komunitas. Kafe menjadi tempat favorit para penulis, artis, seniman, politikus, dan berbagai kalangan intelektual. Kafe juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari banyak karir para seniman yang banyak memulai dan menempa pertunjukan musik dan seni yang lain mereka melalui pertunjukan dari kafe ke kafe. Kafe-kafe di Prancis menghasilkan tradisi penyair terkenal seperti **Honoré de Balzac**.

Kafe-kafe di dunia juga menjadi saksi dan wadah untuk kemunculan komunitas-komunitas sosial kaum bohemian. Bahkan di Inggris pada pertengahan abad ke-17, kafe-kafe adalah tempat favorit untuk pertukaran surat dan paket sebelum fungsi tersebut kemudian beralih koran dan kantor pos.

Pada saat ini varian kopi yang disajikan berkembang seperti espresso. Perkembangan terakhir di kafe pada saat ini adalah adanya fasilitas internet atau wifi yang menunjang proses sosialisasi dan berselancar di dunia maya.

Sedangkan di Indonesia, tercatat kafe tertua adalah Warung Tinggi Tek Sun Ho yang berlokasi di Grand Mall Indonesia, Jakarta. Kafe ini didirikan sejak tahun 1878 dan telah digawangi oleh 5 generasi. Pada Gambar 2 di bawah ini berisikan gambar dari Warung Tinggi Tek Sun Ho.



Gambar 2. Warung Tinggi Tek Sun Ho, Jakarta.

Perkembangan kafe di Indonesia juga tidak kalah pesatnya. Ditunjang oleh varian kopi dari Indonesia yang terkenal lezat. Riset dari TOFFIN, perusahaan penyedia solusi bisnis berupa barang dan jasa di industri HOREKA (Hotel, restoran, dan kafe), bersama Majalah MIX MarComm menyatakan bahwa dari tahun 2016 yang hanya 1000 gerai menjadi sekitar 2.950 gerai kedai kopi. Peningkatan yang hampir tiga kali lipat. Angka riil jumlah kedai kopi ini bisa lebih besar karena sensus kedai kopi itu hanya mencakup gerai-gerai berjaringan di kota-kota besar, tidak termasuk kedai-kedai kopi independen yang modern maupun tradisional di berbagai daerah.

Berdasarkan data yang ditulis di *detik.com* (lihat <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4826275/hasil-riset-kedai-kopi-di-ri-bertambah-2000-dalam-3-tahun>) disebutkan bahwa terjadi peningkatan konsumsi domestik dari kopi. Data Tahunan Konsumsi Kopi Indonesia 2019 yang dikeluarkan oleh *Global Agricultural Information Network* menunjukkan proyeksi konsumsi domestik (*Coffee Domestic Consumption*) pada 2019/2020 mencapai 294.000 ton atau meningkat sekitar 13,9% dibandingkan konsumsi pada 2018/2019 yang mencapai 258.000

ton. Namun, secara per kapita, konsumsi kopi masyarakat Indonesia relatif masih rendah dibandingkan negara lain, yaitu hanya sekitar 1 kilogram pada 2018. Jika dibandingkan dengan Vietnam yang tingkat pendapatannya di bawah Indonesia, konsumsi kopi per kapitanya mencapai 1,5 kilogram pada tahun yang sama.

Hal ini menandakan bahwa potensi pasar untuk bisnis kafe di Indonesia masih sangat terbuka lebar dengan adanya *trend* peningkatan konsumsi dan masih rendahnya konsumsi per kapita penduduk Indonesia.

Gartenhütte adalah salah satu kafe yang menangkap peluang di atas. Pada akhir tahun 2018, keluarga **Hariadi Winarno** (biasa dipanggil dengan mas Win) melirik potensi di desa mereka sendiri untuk membuat kafe di tengah sawah. Mereka mengamati pemandangan yang indah di suatu lokasi dekat kediaman mereka di Desa Selotapak. Berikut pada Gambar 3 adalah beberapa pemandangan indah yang ikonik di Desa Selotapak tempat kafe Gartenhütte akan didirikan. Gambar-gambar di Gambar 3 diambil pada tahun 2018.



a) Pemandangan Desa Selotapak saat padi menghijau



b) Pemandangan Desa Selotapak saat padi mulai ditanam



c) Pemandangan Desa Selotapak saat bertanam sawi

Gambar 3. Berbagai pemandangan Desa Selotapak sepanjang waktu.

(Sumber: dokumentasi pribadi Utomo)

Keluarga mas Win yang terdiri atas mas Win sendiri beserta dua orang anak laki-lakinya (**Dewanda Ramadhana Putra** dan **Elang Yudha Waskita**) mendirikan rumah yang berbentuk segitiga untuk dijadikan kafe. Berbekal pengetahuan membuka kafe yang mereka miliki di Kota Malang sebelumnya, mereka bertekad membuka kafe di desa mereka sendiri karena mereka menyadari bahwa pemandangan yang ada pada tanah di desa mereka sungguh indah dan banyak dicari orang lain. Konsep menikmati kopi ditengah-tengah pemandangan alam yang indah mereka tuangkan menjadi tagline dari nama tempat usaha mereka yaitu **Gartenhütte - Kaffee und Aussicht**. Nama tersebut berasal dari bahasa Jerman yang berarti rumah di taman yang menyuguhkan kopi di tengah-tengah pemandangan yang indah. Konsep untuk Gartenhütte yang di atas dapat diwakili oleh foto teaser pada Gambar 4 berikut ini.



Gambar 4. Foto *teaser* konsep Gartenhütte.

(Sumber: dokumentasi pribadi Utomo)

Bangunan pertama yang dibuat untuk Gartenhütte adalah bangunan yang berbentuk segitiga. Gambar 5 berikut menggambarkan proses pembangunan dari bangunan pertama Gartenhütte yang berbentuk segitiga yang kemudian menjadi ikonik dan viral.



a) Pondasi bangunan pertama Gartenhütte



b) Bangunan pertama Gartenhütte dari kejauhan



c) Rangka bangunan pertama Gartenhütte

Gambar 5. Bangunan pertama dari Gartenhütte yang viral.

(Sumber: dokumentasi pribadi Dewanda)

Bangunan pertama dari Gartenhütte yang berbentuk segitiga tersebut menjadi viral pada tahun 2020. Pilihan bentuk bangunan yang tegas dan terkesan berbeda dengan lingkungan sekitar yang natural menjadi intagramable. Demikian juga pilihan nama yang berasal dari bahasa Jerman mempertegas citra dari Gartenhütte

yang berbeda dengan lingkungan sekitarnya. Hal ini menjadi daya magis bagi pengunjung ingin tahu kafe tersebut. Berikut pada Gambar 6 adalah penampakan dari bangunan pertama Gartenhütte setelah selesai pada tahun 2019 sampai dengan sekarang.



a) Bangunan pertama Gartenhütte dari kejauhan tahun 2019



b) Bangunan pertama Gartenhütte dari dekat tahun 2019



c) Bangunan pertama Gartenhütte saat ini, tahun 2021

Gambar 6. Perjalanan bangunan pertama dari Gartenhütte yang viral.

(Sumber: dokumentasi pribadi Utomo dan Hazrul Iswadi)

Sesudah viral pada tahun 2020, Gartenhütte menerima kunjungan tamu yang semakin lama semakin meningkat. Antrian tamu untuk membeli makanan semakin mengular, tempat parkir kendaraan roda 2 dan roda 4 tidak lagi mampu menampung banyaknya kendaraan pengunjung, terutama waktu dan hari tertentu, jalan desa yang hanya mampu dimuat oleh satu mobil menjadi macet dan harus di atur menjadi satu arah, dan permintaan jumlah makanan dan minuman yang semakin meningkat. Seiring dengan peningkatan jumlah pengunjung tersebut berbagai masalah dan keluhan muncul, baik itu dari persoalan internal maupun dari persoalan eksternal. Gambar 5 berikut memperlihatkan pemandangan dari udara Gartenhütte sesaat sebelum viral.

Pada titik inilah, berbagai pilihan justru terbentang di hadapan Gartenhütte. Berbagai pilihan yang tersedia tersebut akan menentukan langkah dan perkembangan Gartenhütte ke depan.



Gambar 5. Pemandangan dari udara Gartenhütte sebelum viral.

(Sumber: youtube)

Jika salah dalam memilih maka peningkatan pengunjung akan menjadi malapetaka, bukan berkah, untuk perkembangan Gartenhütte berikutnya.

Dosen-dosen dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Surabaya (Ubaya) aktif melakukan pendampingan dan pelaksanaan program-program pengabdian kepada masyarakat desa termasuk desa wisata. Lokasi yang intensif didampingi adalah Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto. Di Kecamatan Trawas tersebut berlokasi *Integrated Outdoor Campus* (IOC) yaitu salah satu fasilitas kegiatan luar ruangan dari Kampus Universitas Surabaya dan Gartenhütte. IOC Ubaya berlokasi di Desa Tamiajeng, sedangkan Gartenhütte berlokasi di Desa Selotapak. Desa Tamiajeng dan Desa Selotapak adalah dua desa yang bertetangga di dalam Kecamatan Trawas.

Dari pengamatan LPPM Ubaya yang telah bertahun-tahun melakukan pendampingan dan pelaksanaan pengabdian di Kecamatan Trawas, LPPM melihat bahwa perkembangan dan peningkatan aktivitas wisata di Kecamatan Trawas pada tahun-tahun terakhir ini berkembang dengan pesat. Beberapa potensi wisata Kecamatan Trawas adalah keindahan alam yang begitu elok karena berada didaerah ketinggian di kaki Gunung Penanggungan dan banyaknya peninggalan budaya Majapahit di sekujur

permukaan Gunung Penanggungan. Berikut pada Gambar 6 berikut ini memperlihatkan beberapa potensi wisata di Kecamatan Trawas.



a) Pemandangan alam yang menawan



b) Pemandian Jolotundo

Gambar 6. Beberapa potensi wisata Kecamatan Trawas.

(Sumber: travelingyuk.com, midspot.com)

Animo besar dari semua pihak, baik itu pemerintah pusat, kabupaten, kecamatan, desa, pemodal, LSM, kementerian, BUMN, perusahaan, dan warga dalam melakukan pembangunan wisata di Kecamatan Trawas menimbulkan isu-isu penting dalam hal pengelolaannya. Sebagian besar desa di Kecamatan Trawas tidak siap dengan peningkatan minat wisata dan pembangunan wisata di desa mereka. Salah satu instrumen pengelolaan desa terkait dengan potensi desa adalah Bumdes. Desa-desanya di Kecamatan Trawas masih sedikit yang memiliki Bumdes. Salah satu desa di Kecamatan Trawas yang siap dengan Bumdes adalah Desa Ketapanrame, sedangkan Desa Selotapak baru memulai membuat Bumdes.

Dengan tidak adanya Bumdes di sebagian desa di Kecamatan Trawas maka muncullah beberapa isu-isu antara lain maraknya penetrasi pemodal dari luar daerah untuk membangun tempat-tempat wisata di Kecamatan Trawas. Kegiatan dan destinasi wisata yang mulanya diinisiasi oleh warga diakuisisi oleh pemilik modal dari luar daerah dan kemudian menaikkan levelnya menjadi destinasi wisata dengan modal menengah dan besar. Di lain pihak, kegiatan dan destinasi wisata yang dikembangkan oleh warga berpotensi untuk menjadi stagnan dan tidak terurus karena kekurangan inovasi. Peningkatan destinasi dan kegiatan wisata akan cenderung kuantitatif, bukan kualitatif dan lebih banyak melakukan proses imitasi. Masih kurangnya pengelola wisata yang berjiwa wirausaha. Kemudian isu lain yang seringkali muncul adalah isu penurunan daya dukung lingkungan untuk wisata yang berkelanjutan.

Gartenhütte, dalam hal ini mas Win dan anak-anaknya, telah memperhatikan dan mendiskusikan analisa yang ditulis pada paragraf di atas. Beberapa pilihan dapat dipilih oleh Gartenhütte untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka. Pilihan untuk mendatangkan pemilik modal yang ingin menyuntikkan dana ke Gartenhütte adalah pilihan yang paling mudah mengingat animo pengunjung ke Gartenhütte yang sangat besar. Tapi pilihan tersebut bukannya tanpa risiko. Jika Gartenhütte

memilih untuk berafiliasi dengan pemilik modal dari luar daerah maka kemungkinan besar bahwa usaha mereka akan dikendalikan dan lambat laun kemudian di akuisisi. Sebagai putra daerah Desa Selotapak, mas Win sudah banyak melihat tanah-tanah yang dulunya digarap oleh para petani dan dirintis usaha berupa warung kopi lambat laun berpindah tangan dimiliki oleh pemilik modal. Kemudian dalam waktu yang tidak berapa lama uang yang didapatkan dari menjual tanah dan tempat usaha tersebut habis. Kembalilah para petani ke warung yang sudah berubah menjadi kafe terkenal sebagai pekerja untuk kafe tersebut.

Pilihan lain adalah mencari sumber pendanaan sendiri tanpa menggunakan pemilik modal melalui laba usaha di tempat lain atau warisan. Pilihan ini memungkinkan kendali sepenuhnya pada inovasi usaha yang akan dilakukan dan kepastian bahwa kepemilikan usaha Gartenhütte tidak berpindah tangan. Tentunya pilihan ini dapat dilakukan dengan konsekuensi pemilik Gartenhütte harus membagi konsentrasi untuk mengembangkan juga usaha di tempat lain atau memang mempunyai warisan yang besar. Kedua syarat di atas hanya mungkin terjadi untuk orang-orang yang tertentu dan beruntung. Tapi yang jelas tidak sesuai dengan kondisi pemilik Gartenhütte saat ini.

Dalam perjalanan bisnis Gartenhütte dari awal berdiri pada tahun 2019 sampai dengan sekarang, Gartenhütte tidak memilih dua pilihan yang diterangkan di atas. Gartenhütte memilih suatu pilihan yang unik yaitu memilih tumbuh bersama masyarakat. Gartenhütte dibantu oleh dosen-dosen dan LPPM Ubaya berkolaborasi dengan masyarakat untuk mengembangkan Gartenhütte dalam segala segi, baik dari segi sumber daya manusia, modal, pengetahuan, dan sosial kemasyarakatan. Pilihan Gartenhütte untuk tumbuh bersama masyarakat akan terlihat logis jika kita tempatkan perjalanan Gartenhütte dalam konteks sosial masyarakat yang mengelilingi Gartenhütte.

Pilihan untuk tidak ingin didominasi pemilik modal dari luar daerah membuat Gartenhütte harus mengembangkan sumber daya dari masyarakat sekitar untuk mendukung bisnis Gartenhütte.

Sumber daya yang ada di masyarakat yang mendukung bisnis Gartenhütte berada dalam segala segi yaitu sumber daya pekerja, sumber daya lahan, dan sumber daya pengetahuan. Tapi di lain pihak, masyarakat sekitar Gartenhütte perlu diberdayakan agar mereka dapat berkolaborasi bersama-sama untuk mendukung bisnis Gartenhütte dan sekaligus mendukung Desa Selotapak menjadi desa yang semakin ramah bagi wisatawan.

Pada titik inilah, dosen-dosen dan LPPM Ubaya dapat berperan dalam merealisasikan gagasan pemberdayaan masyarakat berbasis bisnis kafe Gartenhütte tersebut. Berbagai program dijalankan dengan skema pemberdayaan masyarakat berbasis bisnis kafe tersebut. Program-program tersebut antara lain didanai oleh Universitas Surabaya melalui Pengabdian Internal, Kemenristek-BRIN melalui skim PKW Desa Wisata Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto, Kemendikbud melalui Program *Matching Fund* Peningkatan Perekonomi Masyarakat Desa Selotapak melalui Pengembangan Wisata Gartenhütte Berbasis Pemberdayaan Masyarakat, dan PT Astra Internasional melalui Program Desa Sejahtera Astra. Gartenhütte bersama-sama dengan dosen-dosen Ubaya menyelenggarakan berbagai macam aktivitas dan kegiatan yang bertujuan meningkatkan kompetensi masyarakat Desa Selotapak yang dapat berguna dalam meningkatkan jumlah wisatawan untuk berkunjung ke Desa Selotapak dan Gartenhütte. Karena karyawan Gartenhütte semuanya adalah warga Desa Selotapak sehingga peningkatan kompetensi masyarakat Desa Selotapak akan berkorelasi positif dan langsung dengan kompetensi karyawan Gartenhütte.

Mulai dari bagian berikut dari bab ini, akan dijelaskan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Gartenhütte dan dosen-dosen Ubaya untuk memberdayakan dan meningkatkan potensi masyarakat Desa Selotapak. Kegiatan-kegiatan pelatihan tersebut menggunakan sharing biaya dan sumber daya bersama-sama antara dosen-dosen Ubaya melalui program yang didanai, sumber daya Gartenhütte, dan sumber daya dari masyarakat Desa Selotapak.

Pelatihan Pemasaran *Online*

Pelatihan ini diberikan dengan dasar bahwa cara melakukan pemasaran sudah bergeser dan didominasi oleh pemasaran digital. Semua pihak yang berkepentingan untuk melakukan pemasaran, baik perorangan maupun korporasi berkewajiban untuk mengerti cara dan alat bantu untuk melakukan pemasaran online. Sesuai dengan kondisi masyarakat kita yang sudah terkoneksi dengan HP dan melek internet maka sangat wajar jika masyarakat desa seperti Desa Selotapak diberikan dasar-dasar pemasaran online menggunakan gadget yang dekat dengan mereka yaitu *handphone*. Pelatihan ini dilakukan di Balai Desa Selotapak, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto pada hari Senin, tanggal 4 Oktober 2021. Pelatihan berlangsung seru, peserta sangat antusias karena bermanfaat bagi mereka, dan pelaksanaannya dilakukan secara luring dengan menerapkan proses yang baik. Peserta yang ikut pelatihan ini adalah para pemuda karang taruna Desa Selotapak, sebagian dari mereka adalah karyawan Gartenhütte. Pada Gambar 7 berikut adalah spanduk, foto bersama dan suasana Pelatihan Pemasaran *Online*.



a) Spanduk pelatihan Pemasaran Online



b) Foto bersama peserta pelatihan



c) Foto suasana pelatihan

Gambar 7. Pelatihan pemasaran *online*.

(Sumber: dokumentasi pribadi Feix Handani dan Kartika Erawati)

Tidak beberapa lama kemudian setelah Pelatihan Pemasaran *Online* diberikan Pelatihan berikutnya yaitu Pelatihan Pelayanan Pelanggan.

Pelatihan Pelayanan Pelanggan

Jika dilakukan Pelatihan Pelayanan Pelanggan maka yang terbersit adalah apakah pelatihan seperti ini diperlukan oleh seluruh warga Desa Selotapak. Apakah jenis pelatihan ini hanya diperuntukkan bagi karyawan Gartenhütte yang memang berhubungan langsung dengan pelanggan? Semua keraguan tersebut terjawab karena karyawan Gartenhütte semuanya adalah warga Desa Selotapak. Kemudian ditambah lagi dengan kenyataan dengan semakin banyaknya kafe-kafe dan destinasi wisata yang tumbuh di Desa Selotapak. Sehingga dengan meningkatkan kompetensi dalam pelayanan pelanggan akan memudahkan warga Desa Selotapak untuk memulai usaha yang terkait dengan pelayanan terhadap wisatawan yang datang ke Desa Selotapak ataupun menjadi karyawan pada kafe-kafe dan destinasi yang banyak dibangun di desa mereka. Pelatihan ini dilakukan di Balai Desa Selotapak, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto pada hari Kamis, tanggal 7 Oktober 2021.

Peserta yang ikut pelatihan ini adalah para pemuda karang taruna Desa Selotapak, sebagaimana juga Pelatihan Pemasaran *Online* sebelumnya sebagian dari mereka adalah karyawan Gartenhütte. Sebagai bentuk dukungan dari Pemerintah Desa Selotapak, Pelatihan Pelayanan Pelanggan ini dibuka oleh Kepala Desa Selotapak. Pada Gambar 8 berikut adalah spanduk, foto bersama dan suasana Pelatihan Pelayanan Pelanggan.



a) Spanduk Pelatihan Pelayanan Pelanggan



b) Foto bersama peserta pelatihan



c) Foto suasana pelatihan

Gambar 8. Pelatihan pelayanan pelanggan.

(Sumber: dokumentasi pribadi Hazrul Iswadi dan Utomo)

Pelatihan Sablon

Salah satu sumber daya tarik destinasi wisata adalah souvenir yang dapat dibawa pulang oleh wisatawan. Salah satu souvenir

yang diminati oleh wisatawan adalah kaos yang bertemakan tempat destinasi yang dikunjungi. Oleh karena belum adanya kaos yang dapat menjadi oleh-oleh di Desa Selotapak, maka diadakan pelatihan yang dapat membuat pemuda karang taruna Desa Selotapak dapat memproduksi kaos yang disablon tema Desa Selotapak atau destinasi tertentu di Desa Selotapak.

Pelatihan ini dilakukan di salah satu gudang milik Desa Selotapak, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto pada hari Jum'at, tanggal 8 Oktober 2021. Peserta yang ikut pelatihan ini adalah para pemuda karang taruna Desa Selotapak, sebagaimana juga pelatihan sebelumnya sebagian dari mereka adalah karyawan Gartenhütte. Pada Gambar 9 berikut adalah spanduk, foto bersama dan suasana Pelatihan Sablon.



a) Spanduk Pelatihan Sablon



b) Foto bersama peserta pelatihan



c) Foto suasana pelatihan



d) Desain sablon yang digunakan saat pelatihan

Gambar 9. Pelatihan sablon.

(Sumber: dokumentasi pribadi Hazrul Iswadi dan Arya Widyadhana)

Pelatihan Produk Olahan Ubi Jalar

Potensi Desa Selotapak yang banyak menghasilkan ubi jalar dapat dioptimalkan dengan mengembangkan produk turunan dari ubi jalar. Produk turunan tersebut dapat menghasilkan nilai tambah bagi warga Desa Selotapak. Pelatihan ini dilakukan di lokasi milik Gartenhütte, Dusun Jaten, Desa Selotapak, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto pada hari Sein, tanggal 11 Oktober 2021. Peserta yang ikut pelatihan ini adalah para pemuda karang taruna Desa Selotapak, sebagaimana juga pelatihan sebelumnya sebagian dari mereka adalah karyawan Gartenhütte. Pada Gambar 10 berikut adalah spanduk, foto bersama dan suasana Pelatihan Produk Olahan Ubi Jalar.



a) Spanduk Pelatihan Produk Olahan Ubi Jalar



b) Foto bersama pelatihan



c) Foto suasana pelatihan

Gambar 10. Pelatihan produk olahan ubi jalar.

Halaman ini sengaja dikosongkan

Inovasi Manajemen dan Pengelolaan Keuangan

Erna Andajani & Zunairoh

Prodi Manajemen

Inovasi Manajemen

Aspek manajemen menjadi bagian yang krusial dalam menjalankan suatu usaha bisnis. Pemahaman pelaku bisnis dalam manajemen pengelolaan usaha bisnis sangat menentukan keberlangsungan usaha tersebut. Bilamana pengelolaan usaha bisnis dilakukan dengan baik, maka dapat dipastikan usaha bisnis tersebut akan sukses. Namun bila usaha bisnis ini dijalankan sekadarnya saja dapat berdampak pada kegagalan bisnis. Hal ini karena ketidakpahaman pengelolaan usaha bisnis.



Gambar 1. Tampak luar Café Gartenhütte.

Sepanjang perkembangan Café Gartenhütte telah berusaha melakukan proses manajemen usaha yang cukup baik dan selalu berusaha untuk lebih baik. Hal ini ditunjukkan dengan adanya pengaturan aktivitas operasional yang terencana dan terkontrol. Pengelola yang selalu mendampingi proses aktivitas operasional dalam keseharian dan sigap menyelesaikan permasalahan yang muncul. Proses aktivitas operasional keharian yang telah terjadi ini menjadi dapat digunakan sebagai acuan standar operasional pengelolaan. Pada uraian berikut akan disampaikan proses Café Gartenhütte mengelola bisnis ini sebagaimana prinsip-prinsip manajemen bisnis.

3.1 Proses Bisnis

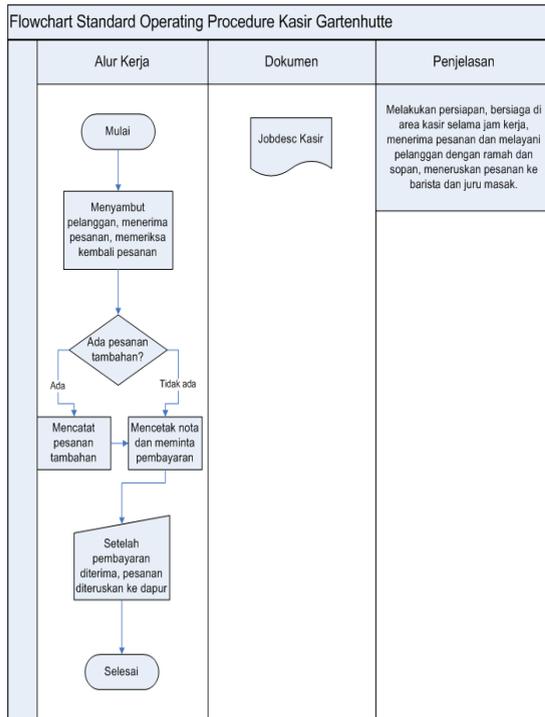
Proses bisnis yang ada di Café Gartenhütte diawali dari inisiatif pengelola untuk memberikan produk dan layanan pada pelanggan. Proses bisnis ini merupakan rangkaian aktivitas utama (inti) yang harus dijalankan dan menjadi spesialisasi untuk mencapai tujuan konkret. Aktivitas ini dilakukan berulang-ulang dan menjadi standar kerja dan dioptimalkan/ditingkatkan. Di dalam konteks manajemen, proses bisnis berfokus pada memodelkan, mengoptimalkan, menganalisis aktivitas bisnis, dan memperbaiki proses yang terjadi sebelumnya bila diperlukan.

Aktivitas operasional yang telah berlangsung di Gartenhütte digunakan sebagai standar layanan. Ada beberapa aktivitas operasional harian yang menjadi perhatian pengelola Gartenhütte seperti

- Aktivitas kasir
- Aktivitas pramusaji
- Aktivitas tukang parkir
- Aktivitas penanganan *komplain*
- Aktivitas penyewaan tenda

Kelima aktivitas ini dinilai penting karena aktivitas ini berkaitan langsung dengan pelanggan Gartenhütte, yang merupakan sumber inputan dalam bisnis Gartenhütte ini. Pengelola sering kali mengamati kerja karyawan Gartenhütte dan

berusaha untuk menemukan celah guna meningkatkan layanan. Berikut contoh aktivitas kasir di Gartenhütte yang sudah distandarkan dan dibuatkan model kerjanya.



Gambar 2. Standart Operating Procedure (SOP) kasir.

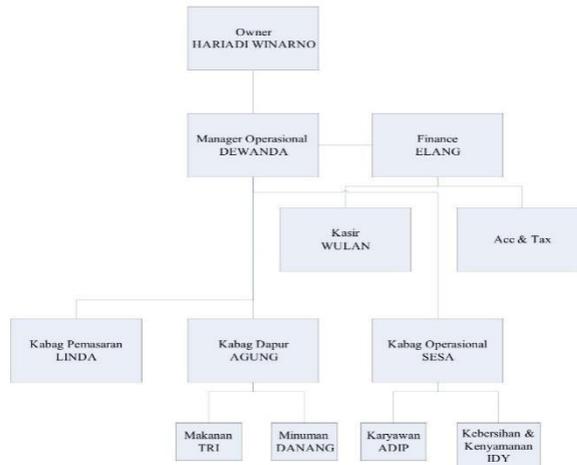
Cara mendokumentasikan langkah-langkah di dalam suatu proses salah satunya dengan menggunakan diagram alir atau *flowchart* (Gambar 2). Di dalam *flowchart* ini akan mudah ditelusuri alur proses, siapa penanggung jawabnya dan bagian mana saja yang berkaitan dengan proses tersebut. Adanya gambar model SOP ini memberikan banyak kemudahan bagi usaha bisnis, karena arahan untuk melakukan aktivitas operasional sudah ada. Suatu ketika berganti orang atau terjadi penambahan karyawan

tidak akan terjadi kesulitan dalam menjalankan pekerjaan tersebut karena SOP pekerjaan tersebut sudah ada. Adapun manfaat SOP lainnya adalah:

- Mengurangi risiko, karena proses pekerjaan sudah terencana dan baik.
- Mengurangi kesalahan manusia (*human error*). Hal ini seringkali terjadi karena mendistribusikan pekerjaan kepada orang-orang yang terlibat di dalamnya.
- Meningkatkan efisiensi kerja. Hal ini terbukti dengan meningkatkan produktivitas karena SOP sudah tersedia tinggal dilakukan dan juga bisa menjadi mengatasi kesenjangan komunikasi.
- Lebih fokus pada pelanggan. Walaupun telah ada SOP bukan berarti layanan selalu tetap, namun tetap diutamakan menyesuaikan kebutuhan dan keinginan pelanggan. SOP yang telah ada tetap harus di-*up-date* sesuai dengan masanya.

Identifikasi kelima aktivitas operasional ini tersebut sudah dilengkapi mulai dari SOP, *flowchart* hingga *job description*. Pada proses pembuatan SOP ini, Gartenhütte telah menyiapkan struktur organisasi pengelolaan Gartenhütten sebagaimana Gambar 3. *Job description* dibuatkan untuk masing-masing jabatan yang ada pada aktivitas operasional tersebut. Kelima aktivitas ini menjadi inisiasi deskripsi proses bisnis yang ada di Gartenhütte. Deskripsi proses bisnis ini dapat bertambah ataupun berubah seiring dengan perkembangan bisnis Gartenhütten.

Selain melakukan standarisasi proses operasional, Gartenhütten juga senantiasa berbenah dengan dengan memberikan peraturan pada pelanggan. Peraturan tersebut diletakan di area Gartenhütten sehingga memudahkan pelanggan melihat dan membacanya. Peraturan yang sudah disampaikan terkait pada penyewaan tenda dan tempat makan yang favorit (*Instagramable*).



Gambar 3. Struktur organisasi Gartenhütte.

3.2 Manajemen Layanan

Dalam perjalanan bisnis Gartenhütte ini, pengelola Gartenhütte mengamati kinerja pramusaji sudah baik, namun secara sikap kerja dinilai masih perlu dibenahi. Pengelola menyampaikan beberapa hal berikut yang perlu dibenahi:

- Saat bekerja tidak menggunakan kaos kaki, walau sudah bersepatu.
- Seragam kerja berupa kaos (atasan) tidak *matching* dengan celana (bawahan), baik secara warna, bahan dan model.
- Tatanan/model rambut untuk karyawan wanita dan laki-laki terlihat kurang rapi.
- Beberapa masih bersikap *cuek* bila ada pelanggan.
- Sikap dalam mengantar makanan ke meja pelanggan kurang komunikatif.
- Penggunaan asesoris kurang tepat.

- Cara berbicara dan pemilihan kata untuk melayani pelanggan masih kurang.



Gambar 4. Peraturan pelanggan Gartenhütte.

Pengelola Gartenhütten menyadari bahwa hal-hal tersebut di atas dapat berdampak pada kepuasan pelanggan. Pelanggan yang tidak puas dimungkinkan untuk tidak kembali berkunjung dan bisa jadi menuliskan atau berkomentar di media sosialnya. Pengelola Gartenhütten mengupayakan untuk membenahi sikap pramusaji dengan diberikan pelatihan layanan dengan fokus pada layanan prima seperti yang terlihat pada Gambar 5.

Pelatihan ini ditujukan untuk semua karyawan Gartenhütte, baik yang berinteraksi langsung dengan pelanggan seperti kasir dan pramusaji serta karyawan yang tidak secara langsung berinteraksi dengan pelanggan seperti bagian dapur. Materi

layanan prima berfokus pada A3 yaitu *Attention*, *Attitude*, serta *Action* (Barata, 2003). Pada *Attention* bertujuan untuk memberikan perhatian kepada calon pembeli dengan cara mengadakan komunikasi yang diberikan kepada calon pembeli. Poin penting yang perlu diingatkan pada karyawan Gartenhütte tidak hanya cara berkomunikasi, namun juga pengamatan pada *body language* dan *body movement* pelanggan.



Gambar 5. Pelatihan layanan (*Service excellent*).

Attitude ditujukan pada sikap karyawan Gartenhütte untuk melayani calon pelanggan. Calon pelanggan selalu mengharapkan perilaku dan sikap yang menyenangkan dan baik dari pemberi layanan sehingga kepuasan pembeli dapat terpenuhi sesuai dengan harapan. Diharapkan karyawan dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Pelanggan yang senang tentunya akan memberikan promosi gratis bagi Gartenhütten. Pada bagian ini, karyawan harus memperhatikan penampilan (cara berbusana, ekspresi wajah, berhias dan menjaga kebersihan diri). Berikut beberapa tips untuk kriteria berpakaian yang rapi:

- Memakai baju berlengan panjang atau pendek dengan tidak digulung;
- Memakai kemeja/atasan dimasukkan ke dalam celana (laki-laki);
- Memakai atribut yang ditetapkan oleh perusahaan/tempat kerja;
- Mengenakan ikat pinggang, kaos kaki, bersepatu tertutup serta kelengkapan lain yang dapat menunjang penampilan;
- Memilih bahan pakaian yang nyaman dipakai serta hindari bahan yang mudah terbakar/panas;
- Memilih model pakaian yang sesuai dengan keadaan jasmani, serasi, bersih, warna kulit dan jenis pekerjaan agar tidak mengganggu gerakan dalam bekerja.

Tata cara berhias untuk rambut laki-laki disesuaikan dengan bentuk muka. Berikut contoh tata rambut untuk laki-laki.



Gambar 6. Tata rambut laki-laki.

Action merupakan cara penyampaian layanan. Dalam hal ini bisa dinyatakan sebagai bentuk perwujudan pada *attention* dan

attitude yang disertai dengan pengetahuan produk yang ditawarkan. Pada bagian akhir pelatihan ini diberikan kesempatan praktik bagi karyawan Gartenhütte untuk menerapkan A3. Karyawan cukup antusias dan terlihat pula bahwa pengetahuan tentang produk cukup dikuasai. Pengelola Gartenhütte berharap pelatihan layanan ini bisa memberikan perbaikan pada *attention* dan *attitude*. Ada catatan pada bagian *action* untuk pramusaji Gartenhütte yang perlu dilakukan antara lain:

- Berusaha mewujudkan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- Menyatakan rasa terima-kasih atas kunjungan pelanggan. Hal ini bertujuan untuk memberikan memory dan pengalaman positif dengan harapan pelanggan kembali.
- Pencatatan pesanan pelanggan dengan cepat dan tepat.
- Pencatatan kebutuhan pelanggan secara detail bila diperlukan.
- Pengulangan atau penegasan kembali pesanan secara seksama sebelum order diproses.

Pada pelatihan layanan ini disampaikan juga untuk menangani keluhan negatif pelanggan (Komplain). Bentuk komplain negatif pelanggan ini merupakan ketidaksesuaian antara kenyataan dengan keinginan yang diharapkan. Keluhan ini sangat perlu ditangani pengelola, karena keluhan ini berdampak besar bagi kelangsungan bisnis. Pengelola yang berhasil menangani keluhan pelanggan dengan baik membuat pelanggan merasa diperhatikan, senang dan menjadi puas. Pelanggan yang puas dengan penanganan komplain yang optimal berujung pada *word-of-mouth* (WOM) positif dan pelanggan tersebut dapat menjadi calon pelanggan yang loyal. Pelanggan loyal akan senantiasa merekomendasi pengalamannya yang positif ke orang lain.

Keluhan pelanggan di Gartenhütte dibedakan menjadi 2 macam yakni keluhan ringan dan berat. Kategori komplain ringan seperti kontaminasi makanan dan pesanan datang lebih lama dari biasanya. Kategori komplain berat meliputi karyawan Gartenhütte

mengabaikan komplain dari pelanggan, karyawan Gartenhütte melakukan kesalahan yang merugikan pelanggan. Bila terjadi komplain dilaporkan pada manajer operasional Gartenhütte.



Gambar 7. Pramusaji menerapkan A3.

Adapun prosedur penanganan komplain yang telah ditetapkan Gartenhütte adalah sebagai berikut:

- Karyawan Gartenhütten yang menerima komplain, diminta untuk meminta maaf pada pelanggan atas ketidaknyamanan yang dirasakan pelanggan dan berterima kasih atas penyampaian komplain tersebut sebagai masukan/perbaikan layanan.
- Karyawan memberikan perlakuan khusus untuk memperbaiki hubungan dengan pelanggan.
- Bila *komplain* tersebut termasuk kategori komplain berat, maka karyawan Gartenhütten meminta kesediaan pelanggan untuk menunggu, agar komplain tersebut dikonsultasikan kepada manajer operasional Gartenhütten yang memiliki kewenangan.

- Karyawan menyampaikan komplain dan kondisi tamu kepada manajer operasional untuk meminta saran penanganan.
- Manajer operasional memberikan solusi yang masih dapat ditangani oleh karyawan penanganan komplain seperti pemberian *voucher* makan untuk kunjungan selanjutnya, pemberian menu gratis sebagai kompensasi. Solusi ini disampaikan karyawan kepada pelanggan yang komplain.
- Namun jika situasi tidak kunjung membaik, maka manajer operasional akan menemui tamu dan meminta maaf atas nama cafe serta memberikan perlakuan khusus untuk memperbaiki hubungan dengan tamu.

Dalam menangani komplain, Gartenhütten juga telah menyiapkan mekanismenya. Berikut mekanisme yang telah disepakati pengelola Gartenhütten:

1. Mendengarkan

Karyawan penanganan komplain harus mendengarkan dengan seksama komplain yang diberikan pelanggan. Gestur tubuh karyawan harus bersikap sopan, hormat, dan penuh perhatian terhadap komplain yang diajukan pelanggan. Karyawan dilarang menyela atau berbicara sebelum pelanggan selesai berbicara.

2. Meminta maaf

Karyawan penanganan komplain harus meminta maaf terlebih dahulu setelah mendengarkan komplain dari pelanggan. Meminta maaf atas ketidaknyamanan yang dirasakan tamu, kekecewaan, atau kerugian. Dengan meminta maaf terlebih dahulu maka tamu akan mengerti bahwa pihak Gartenhütte memperhatikan kepuasan pelanggan.

3. Memberikan solusi

Karyawan memberikan solusi sesuai dengan permasalahan yang dialami. Solusi merupakan tindak lanjut dari komplain, tanpa adanya solusi maka pelanggan

akan merasa tidak didengarkan. Seperti contoh ketika makanan terkontaminasi, karyawan harus sigap untuk memberikan kompensasi berupa menggantikannya dengan makanan baru. Ketika karyawan menghadapi komplain yang berat dan tidak bisa diatasi seorang diri, maka disampaikan dan dirundingkan kepada manajer operasional.

4. Berterima kasih

Setelah pemberian solusi, karyawan tetap harus berterima kasih kepada pelanggan atas pengertian dan kerjasama yang diberikan. Berterima kasih atas perhatian pelanggan terhadap kualitas layanan yang ada di Gartenhütte.

Berikut rangkuman pada *Customer Service Excellent* pada bisnis layanan:

Tabel 1. *Customer Service Excellent*

LAKUKAN	HINDARI
<ul style="list-style-type: none"> - Senyum, Salam, Sapa - Tanyakan kebutuhan - Tawarkan bantuan - Dengarkan <i>customer</i> dengan baik - Pahami Maksudnya - Selesaikan masalah <i>customer</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuek dan cemberut - Membuat <i>customer</i> menunggu terlalu lama

Sepanjang pendampingan ini, terlihat bahwa praktik layanan berjalan baik. Karyawan mampu melakukan perbaikan pada *attention* dan *attitude*. Penampilan karyawan terlihat lebih rapi dan serasi. Gartenhütte juga tidak pernah menerima keluhan pelanggan karena sikap karyawan yang kurang baik atau sopan. Pengelola Gartenhütte mengamati masih belum optimal dalam konteks layanan pelanggan ini. Beliau mengamati ada yang kurang *pas* dari karyawan yaitu ketika karyawan harus berkomunikasi dengan pelanggan. Hal ini dinilai sangat penting karena

komunikasi merupakan menjembatan informasi dari pelanggan dan pemberi layanan.

Setiap layanan pasti akan membutuhkan komunikasi. Dalam konteks komunikasi ini, Gartenhütte berinisiatif untuk diberikan pelatihan tentang berkomunikasi dengan pelanggan. Pada dasarnya untuk menyapa dan berkomunikasi pada orang yang belum pernah dikenal, untuk beberapa orang merupakan hal yang aneh bahkan sulit. Hal ini juga dialami karyawan Gartenhütte dan warga Desa Selotapak yang ikut berkontribusi mendukung terciptanya Desa Wisata Selotapak. Oleh karena itu pelatihan manajemen yang kedua diadakan Bersama di Balai Desa Selotapak. Pelatihan manajemen layanan yang kedua ini ditujukan untuk karyawan Gartenhütte bersama warga Desa Selotapak yang berprofesi sebagai pedagang atau wirausaha rumahan.

Pada kesempatan berikutnya diadakan pelatihan layanan yang lebih fokus pada komunikasi (*scripting*/naskah untuk melayani). Pelatihan ini bertujuan untuk membuat naskah yang berisi percakapan dengan pelanggan dari awal hingga akhir. Pada saat proses layanan atau transaksi terjadi kata-kata yang diucapkan pemberi layanan/penjual merupakan kalimat baku yang tidak pandang pilih pada siapa yang dilayani. Kalimat tersebut dituliskan menjadi bentuk naskah yang pada akhirnya harus diingat dan dipraktikkan setiap akan melayani atau bertransaksi.

Scripting ini banyak digunakan pada bisnis jasa/layanan. Bisnis jasa ini dapat terjadi bila ada pertemuan dan interaksi antara penerima jasa (pembeli/pelanggan/wisatawan) dan pemberi jasa (penjual/pramusaji/kasir) baik secara langsung maupun melalui media. Pemberi jasa bisa jadi mengalami kelelahan karena banyak yang harus dilayani, menghadapi pelanggan yang beragam, suasana hati pemberi jasa yang sedang galau dan lain-lain. Hal tersebut menyebabkan layanan yang tidak konsisten. Penerima jasa merasa layanan beragam dan tidak nyaman.



Gambar 8. Pelatihan pelayanan pelanggan (*Scripting*).

Adapun manfaat dan tujuan adanya *scripting* antara lain:

- Memandu untuk memulai percakapan;
- Menjaga fokus pembicaraan antara pemberi layanan dan penerima layanan;
- Mengevaluasi strategi penjualan. *Scripting* ini berguna bagi pemberi layanan untuk meninjau kembali perkataan/kalimat yang telah diucapkannya;
- Menumbuhkan rasa percaya diri;
- Membantu mengingat informasi detail yang seharusnya disampaikan ke penerima layanan;
- Memudahkan untuk menjawab berbagai respons.

Pada akhir pelatihan *scripting* ini, peserta (warga Selotapak dan karyawan Gartenhütte) diberikan kesempatan untuk praktik. Praktik *scripting* dilakukan dalam 2 tahap. Pertama, peserta membuat naskah secara berkelompok dengan 3 topik yang berbeda, antara lain: layanan yang baik tanpa keluhan, layanan dengan adanya keluhan yang baik dan layanan dengan keluhan pelanggan yang kasar/tidak baik. Di dalam kelompok disiapkan peran untuk penjual dan pembeli. Kelompok yang telah siap *scripting*-nya diminta untuk mempresentasikan di depan peserta lainnya dan peserta diminta melakukan evaluasi untuk masing-masing kelompok. Proses pelatihan *scripting* ini berjalan baik dan lancar. Peserta pelatihan terlihat antusias dan

banyak diskusi untuk menghadapi ragam tipe pelanggan/wisatawan.

3.3 Pengelolaan Keuangan

Bisnis yang berbasis inovasi adalah bisnis yang memberikan perubahan ke arah yang lebih baik serta selalu memantau kinerjanya setiap periode. Kinerja tersebut diperoleh dari hasil perbandingan antara capaian pekerjaan yang telah dilakukan saat ini dan kriteria capaian yang telah ditetapkan. Kinerja juga dapat diperoleh dari hasil secara keseluruhan terkait dengan dasar efisiensi yang digunakan untuk standar biaya pada periode tertentu. Kinerja yang diperoleh bisnis pada saat ini akan dijadikan untuk dasar pengambilan keputusan pada kegiatan atau aktivitas pada masa mendatang. Kinerja keuangan adalah salah satu aspek yang sangat penting untuk mengukur keberhasilan pada sebuah bisnis. Kinerja keuangan diperoleh dari seluruh informasi terkait data keuangan yang nantinya akan dievaluasi pada periode tertentu. Semakin baik data keuangan yang disajikan pada suatu bisnis, semakin mudah dalam mengevaluasi kinerja keuangannya. Salah satu cara untuk mempermudah penyajian data keuangan adalah menggunakan aplikasi keuangan yang memadai.

Aplikasi keuangan merupakan program yang dibentuk secara detail dan menyeluruh untuk pengelolaan keuangan. Aplikasi keuangan dapat bermanfaat bagi bisnis perorangan maupun *partnership*. Aplikasi keuangan biasanya menyajikan fitur untuk membantu manajemen *inventory*, mempermudah pembayaran dengan *cashless*, membuat laporan keuangan bulanan secara tepat dan akurat, dan lain sebagainya. Aplikasi keuangan yang tersedia di internet baik yang berbayar maupun yang gratis sangat banyak. Semakin mahal aplikasi keuangan, maka semakin banyak fitur yang nantinya diperoleh. Aplikasi keuangan yang digunakan oleh Cafe Gartenhütte adalah *majoo*. Penggunaan aplikasi keuangan tersebut merupakan langkah awal sebagai wujud komitmen manajemen Cafe Gartenhütte untuk tetap berinovasi sepanjang waktu khususnya pada aspek keuangan. Paket aplikasi

majoo yang digunakan Cafe Gartenhütte adalah paket *advance*. Paket ini dapat membantu usaha Cafe Gartenhütte dengan fitur yang sangat lengkap (Gambar 9).



Gambar 9. Tampilan aplikasi Majoo melalui *smartphone*.

Masalah keuangan yang ada di Cafe Gartenhütte adalah belum adanya laporan dan catatan keuangan yang rinci dan rapi meskipun sudah menggunakan sebuah aplikasi. Laporan keuangan masih dicatat secara manual yakni dengan cara hasil *print-out* kasir hari ini ditambahkan catatan menggunakan tulisan tangan untuk pengeluaran pembelian bahan baku misalnya air mineral dan es batu. Pengeluaran pembelian bahan baku tersebut tidak menentu dan tidak terprediksi pada setiap harinya oleh Cafe Gartenhütte. Hasil laporan harian tersebut didokumentasikan

dengan cara memotret lalu disimpan pada *memory handphone*. Hal ini disebabkan karena Cafe Gartenhütte belum memaksimalkan penggunaan aplikasi *majoo* yang memiliki berbagai fitur. Pemaksimalan penggunaan seluruh fitur pada aplikasi *majoo* dapat mempermudah Cafe Gartenhütte dalam menjalankan bisnisnya. Fitur yang ada pada aplikasi *majoo* dengan paket *advance* antara lain, aplikasi kasir *online*, manajemen *inventory*, *Customer Relationship Management (CRM)*, laporan lengkap, manajemen karyawan, keuangan, *ewallet (Quick Response Code Indonesian Standard/QRIS)*, struk digital: *whatsapp*, SMS, email, aplikasi *owner*, aplikasi order (web menu), dan *GrabbFood*.

Dari seluruh fitur yang ada, Cafe Gartenhütte masih menjalankan satu fitur saja yakni aplikasi kasir *online*, sedangkan yang lainnya belum. Fitur aplikasi kasir *online* menjadikan operasional atau aktivitas sehari-hari sangat mudah. Adanya pencatatan transaksi penjualan menjadi sebuah keunggulan utama pada fitur ini. Transaksi penjualan dicatat secara rinci dan terdokumentasi dalam sebuah sistem sehingga dapat menghindari adanya kehilangan catatan. Dari sisi *cash flow*, penjualan dapat diubah menjadi *cash in-flow* yang nantinya dapat digunakan sebagai dasar perhitungan investasi jangka panjang. Dari sisi laporan laba rugi, penjualan yang tinggi dan diiringi pengeluaran yang relatif tetap dapat meningkatkan laba yang diperoleh suatu bisnis. Selain transaksi penjualan, aplikasi kasir *online* juga dapat bermanfaat dalam melihat jumlah stok barang atau bahan baku yang masih ada sehingga akan terlihat *item* produk yang paling diminati pelanggan dan yang kurang diminati pelanggan. Struk yang tercetak dapat dihasilkan setelah pemesanan *item* produk sehingga dapat menjadi alat bantu untuk *crosscheck* oleh pelanggan dari pemesanan yang telah dilakukan. Saat ini, Cafe Gartenhütte sudah menggunakan aplikasi kasir *online* sehingga dapat melakukan evaluasi dari data yang ada pada aplikasi kasir *online*. Adanya aplikasi ini menambah kualitas pelayanan kepada

pelanggan dengan cara menghindari adanya transaksi yang salah antara pihak cafe dan pelanggan.

Fitur manajemen *inventory* sangat bermanfaat ketika terjadinya kehabisan stok bahan baku di Cafe Gartenhütte. Kehabisan stok bahan baku merupakan hal yang harus dihindari. Selain dapat menyebabkan hilangnya penjualan, kehabisan stok bahan baku juga dapat menurunkan kepuasan dan tingkat loyalitas pelanggan. Penyebab Cafe Gartenhütte kehabisan stok bahan baku adalah tidak adanya data yang akurat sehingga tidak dapat menambah stok bahan baku tepat waktu. Kondisi saat ini adalah jika kehabisan stok maka salah satu pihak manajemen Cafe Gartenhütte akan membeli bahan baku terlebih dahulu. Selain berdampak pada penjualan dan loyalitas pelanggan, dari kehabisan stok bahan baku adalah adanya waktu yang terbuang pada sumberdaya manusia karena harus meninggalkan Cafe Gartenhütte untuk membeli bahan baku pada jam kerja. Uang yang digunakan untuk membeli bahan baku tersebut adalah uang pribadi dari manajemen Cafe Gartenhütte yang nantinya akan diganti setelah operasional hari itu selesai. Hal ini dapat meningkatkan risiko salah pencatatan dari sisi *inventory*. Manajemen *inventory* yang baik akan meningkatkan margin keuntungan dengan cara menekan sejumlah biaya pengeluaran. Salah satu penggunaan aplikasi dalam kaitannya inovasi adalah informasi yang akurat untuk sisa stok yang tersedia sehingga Cafe Gartenhütte tidak perlu untuk memperkirakan yang dapat meningkatkan risiko kesalahan perkiraan.

Fitur *ewallet (Quick Response Code Indonesian Standard/QRIS)* merupakan fitur pembayaran digital yang dapat mempermudah pelanggan dalam bertransaksi serta mempermudah Cafe Gartenhütte dalam mengawasi regulasi keuangan dari satu pintu. Selain menjaga tingkat kepuasan pelanggan dalam bertransaksi, QRIS juga dapat membantu program pemerintah dalam mewujudkan *cashless society*. Cafe Gartenhütte sudah menjalankan fitur ini namun belum maksimal karena pencatatan masih belum dilakukan pada aplikasi yang sama. Akibatnya,

endapan uang berbulan-bulan dari pendapatan QRIS seolah-olah merupakan penghasilan bersih pada Cafe Gartenhütte, sedangkan selama ini pengeluaran dan pemasukan secara manual dan *non-digital* kerap dilakukan. Rencana selanjutnya adalah mengosongkan QRIS jika 80 persen fitur aplikasi siap digunakan, sehingga semua dapat terverifikasi dengan akurat dan faktual. Hal ini dilakukan untuk menghindari risiko pencatatan yang ganda. Pemanfaatan aplikasi pengatur keuangan juga memberikan nilai tambah bagi Cafe Gartenhütte.

Fitur laporan keuangan bulanan adalah fitur yang sangat penting bagi suatu bisnis. Laporan keuangan yang rapi akan mempermudah pengelola bisnis dalam melakukan evaluasi terhadap bisnisnya. Selain itu, laporan keuangan akan membantu mengurangi adanya kesalahan pada masa yang akan datang. Kesalahan pencatatan dalam laporan keuangan dapat berisiko pada kesalahan pengambilan keputusan dan strategi yang akan digunakan dalam bisnis. Kesalahan tersebut dapat berdampak fatal bagi bisnis itu sendiri misalnya, tindakan yang dianggap sebagai strategi perusahaan ternyata malah menjadi bumerang pada kemudian hari. Penyediaan laporan keuangan yang rapi juga akan dapat membuat investor memberikan tambahan nilai pada suatu bisnis sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya. Salah satu cara yang digunakan untuk mempermudah dalam pencatatan dan penyajian laporan keuangan adalah dengan sebuah aplikasi. Cafe Gartenhütte belum mengaplikasikan fitur laporan keuangan pada bisnisnya. Selain itu, Cafe Gartenhütte juga harus mengerti maksud dari laporan keuangan atau *financial literacy*. Jika suatu bisnis yang sudah melakukan pencatatan laporan keuangan dengan baik dan tidak mengerti maksud dari laporan tersebut, maka bisnis tersebut tidak bisa mengambil manfaat dari informasi laporan keuangan. Cafe Gartenhütte nantinya diharapkan tidak hanya bisa dalam pengoperasian fitur laporan keuangan, namun juga bisa menarik kesimpulan dari laporan keuangan yang ada sebagai bahan evaluasi keuangan cafe.

Fitur *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan fitur yang digunakan sebagai pusat data pelanggan. Data ini menjadi kunci evaluasi dan pemasaran bagi suatu bisnis. Data pelanggan meliputi nama, nomor *handphone*, alamat, dan tanggal lahir. Selain itu, fitur ini juga dapat menyajikan data transaksi pelanggan dan analisa interval kedatangan. Data tersebut bermanfaat untuk melihat frekuensi kedatangan maupun pemilihan jam dan hari, waktu terakhir kunjungan, dan rata-rata kunjungan perbulan, sehingga dapat dijadikan sebagai prediksi kedatangan dan kampanye *marketing* pelanggan misalnya, *voucher*, promo, dan penjualan produk baru. Selain itu, untuk memudahkan pelanggan yang tidak datang di lokasi, aplikasi ini menyediakan fitur *Grabfood* yang terintegrasi pada aplikasi *majoo* sehingga bermanfaat dalam efisiensi waktu pada pencatatan pemesanan. *Grabfood* yang masuk secara otomatis terintegrasi dengan kasir sehingga dapat meng-*update inventory* dan laporan keuangan secara langsung.

Fitur manajemen karyawan bermanfaat dalam pengelolaan karyawan termasuk hak akses, tugas, dan gaji. Data yang tersaji akan digunakan sebagai evaluasi dan dasar dalam pengambilan keputusan. Fitur ini juga dapat termonitor oleh *owner* dalam fitur lain yakni fitur aplikasi *owner*. Fitur ini bermanfaat untuk memonitor pada seluruh lini dalam suatu bisnis. *Owner* dapat melihat *update* transaksi penjualan, produk yang sangat diminati pelanggan, dan posisi stok dari seluruh *outlet* dengan *real time* pada aplikasi yang sama meskipun menggunakan *device* yang berbeda. *Owner* juga dapat mengontrol pengeluaran kas kasir sehingga akan lebih mudah dalam pengaturan kas dan pengambilan keputusan. Selain itu, *owner* dapat memberikan pengumuman, promo, atau pesan penting kepada karyawan atau *outlet*. Tidak kalah pentingnya lagi, *owner* dapat memonitor absensi kehadiran dan jam karyawan secara langsung serta dapat membantu dalam pengaturan komisi.

Setelah semua fitur dari aplikasi *majoo* (Gambar 10) dapat dijalankan dengan baik oleh Gartenhütte di masa mendatang,

maka perlu membuat SWOC untuk memunculkan strategi bisnis agar dapat beroperasi dengan efektif dan efisien, baik dari sisi layanan pelanggan maupun pada keuangan. Harapannya adalah memaksimalan penggunaan aplikasi *majoo* benar-benar menjadikan kekuatan bagi Cafe Gartenhütte sehingga dapat menjadi *leader* bisnis tidak hanya di daerah Selotapak saja namun juga di kancah nasional dan internasional.



Gambar 10. Ragam fitur Majoo.

Selain penggunaan aplikasi keuangan pada Cafe Gartenhütte, salah satu bentuk pemberdayaan kepada masyarakat dalam pengelolaan keuangan adalah pelatihan manajemen keuangan. Pelatihan dilakukan pada Jumat, 22 Oktober 2021 di Balai Desa

Selotapak yang dihadiri oleh warga Desa Selotapak. Berbeda dengan Gartenhütte, pelatihan aplikasi keuangan yang diberikan adalah menggunakan aplikasi *bukukas*. Aplikasi ini lebih sederhana dibandingkan dengan aplikasi *majoo* yang telah diadopsi oleh Cafe Gartenhütte. Beberapa masyarakat sudah familiar dan mulai mencoba mengelola keuangan meskipun masih belum efektif dan efisien karena pencatatan dilakukan secara manual pada buku.



A) Foto suasana pelatihan pengelolaan keuangan



B) Foto bersama peserta usai pelatihan

Gambar 11. Pelatihan aplikasi keuangan.

Terdapat beberapa permasalahan pada keuangan bisnis masyarakat setempat misalnya keuangan pribadi bercampur dengan keuangan bisnis, setiap hari melakukan penjualan namun profit masih belum bisa meningkat, pencatatan melalui buku dirasa kurang praktis dan fleksibel dalam mencatat keuangan, dan lain sebagainya. Masalah yang ada tersebut dapat ditangani dengan adanya pelatihan manajemen keuangan yang didukung dengan aplikasi *bukukas*. Aplikasi ini dirasa mudah karena konsep aplikasi ditekankan pada identifikasi jenis *cashflow* yakni *in-flow* dan *outflow*. Dalam pelatihan, masyarakat juga diajarkan untuk dapat membaca, memahami, dan mengevaluasi laporan keuangan yang ada. Evaluasi tersebut digunakan sebagai strategi dan dasar penyusunan keputusan dalam semua tindakan yang akan diambil. Masyarakat merasa sangat antusias karena hampir semua peserta memperoleh solusi dari permasalahan keuangannya.

Referensi

Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar Dasar Pelayanan Prima*. PT Elex Media Kompotindo, Jakarta

Halaman ini sengaja dikosongkan

Si Ungu Olahan Khas Gartenhütte

Desa Selotapak

Yayon Pamula Mukti

Program Kekhususan Bionutrisi dan

Inovasi Pangan

Ubi jalar ungu (*Ipomoea batatas* var *Ayamurasaki*) merupakan tanaman ubi – ubian yang tergolong tanaman semusim. Tanaman ini tumbuh menjalar pada permukaan tanah, dengan panjang tanaman sampai dengan 5 meter. Tanaman ubi jalar cocok ditanam di dataran rendah dan dataran tinggi mencapai 1000 mdpl. Ubi jalar ungu memiliki warna ungu yang pekat pada bagian dalam daging umbinya. Warna ungu pada ubi jalar ungu disebabkan oleh adanya pigmen antosianin yang tersebar dari bagian kulit sampai ke daging umbinya. Antosianin sendiri merupakan bagian dari kelompok pigmen polifenol yang memiliki manfaat kesehatan sebagai antioksidan, anti peradangan, antimikroba dan jika dikonsumsi secara teratur dapat memberikan efek antiobesitas dan menjaga kesehatan jantung (Khoo, et al., 2017). Kandungan antosianin pada umbi ubi ungu bervariasi mencapai 600 mg/ 100 gram berat basah. Selain memiliki kandungan antosianin yang tinggi, umbi ubi jalar ungu juga memiliki nutrisi lain yang beragam. Ubi jalar ungu merupakan sumber karbohidrat, vitamin, mineral dan serat yang baik untuk memelihara kesehatan tubuh.

Manfaat yang Berlimpah

Selain pemberdayaannya yang mudah, ubi jalar ungu mengandung nutrisi kompleks, baik nutrisi makro maupun mikro (Tabel 1). Warna ungu yang dikandung pada ubi jalar ungu merupakan antosianin – senyawa bioaktif yang berperan besar bagi pertumbuhan ubi jalar. Selain bermanfaat untuk membantu penyerbukan dan sebagai senyawa pelindung saat pertumbuhan,

senyawa bioaktif ini berperan dalam menangkal dan menghancurkan radikal bebas atau yang lebih dikenal sebagai antioksidan.



Gambar 1. Umbi ubi jalar ungu (Dokumentasi pribadi).

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa dibandingkan dengan jenis ubi jalar lain, ubi jalar ungu memiliki kandungan serat dan antosianin yang paling tinggi.

Tabel 1. Nutrisi Ubi Jalar Ungu

Zat Gizi	Ubi Jalar Putih	Ubi Jalar Kuning	Ubi Jalar U
Pati (%)	28,79	24,47	22,64
Lemak (%)	0,77	0,68	0,94
Protein (%)	0,89	0,49	0,77
Serat (%)	2,79	2,79	3,00
Vitamin C (mg/100gr)	28,68	25,00	21,43
Antosianin (mg/100gr)	-	-	110,51

Sumber: Ginting, Erliana. 2011. *Iptek Tanaman Pangan*.

Berikut merupakan manfaat mengonsumsi ubi jalar ungu.

1. Kaya akan Antioksidan

Fungsi senyawa antioksidan bagi tubuh adalah untuk melindungi sel-sel dari kerusakan radikal bebas yang secara sengaja maupun tidak sengaja didapatkan dari lingkungan. Senyawa antioksidan utama pada ubi jalar ungu adalah antosianin. Antosianin dapat memangsa berbagai jenis radikal bebas turunan oksigen reaktif, seperti hidroksil (OH*), peroksil (ROO*), dan oksigen tunggal (O₂*) (Azima et al, 2014). Radikal bebas ini di dalam tubuh dibentuk oleh sistem enzim prooksidatif, oksidasi lipid, irradiasi, inflamasi, merokok, nikotin, bahan kimia lainnya, dan polusi udara.

Fungsi antioksidan dari antosianin memiliki berbagai macam manfaat dalam mencegah berbagai penyakit degeneratif, seperti pencegahan penyakit kardiovaskuler dengan cara mengambat dan menurunkan kadar kolesterol dalam darah yang disebabkan oleh oksidasi LDL. Dengan kata lain, antosianin melindungi membran sel lemak dari oksidasi (Wallace, 2011). Apabila dikonsumsi secara rutin selama ±12 minggu sejumlah 19,8 – 64,9 mg pada wanita dan pada pria sekitar 18,4 – 44,1 mg setiap hari, antosianin dapat membantu menurunkan kadar kolesterol darah hingga 13.6%. Proses penghambatan ini terjadi melalui mekanisme pemutusan rantai propagasi dari radikal bebas (Hernandez et al, 2017).

Hasil riset telah menunjukkan bahwa antosianin memiliki peran sebagai anti-diabetes, anti-hipoglikemik; anti-hipertensi; anti-kanker; anti-inflamasi; pencegah kemerosotan daya ingat dan kepikunan (neuroprotektan); anti-mutagenik; anti-katarak; anti-arthritis; anti-infertilitas; anti-mikroba; anti-aging; pencegah gangguan fungsi hati; serta anti-obesitas yang disebabkan oleh adanya proses

oksidasi yang terjadi secara terus menerus di dalam tubuh. Untuk itu pemanfaatan antosianin lebih sering digunakan dalam bidang kesehatan, antosianin berpotensi sebagai sediaan farmasi dalam industri kosmetik maupun dalam pembuatan obat untuk mencegah dan menyembuhkan berbagai macam penyakit kronis.

Selain antosianin, senyawa antioksidan lain yang terkandung pada ubi jalar ungu adalah vitamin C dan E. Dalam 100 gramnya, umbi singkong mampu memenuhi kurang lebih 30% kebutuhan vitamin C harian. Dikarenakan sifat antioksidan yang sensitif terhadap suhu, maka pengolahan ubi ungu harus benar-benar diperhatikan agar tidak terjadi kerusakan pada antioksidan yang dapat mengurangi fungsi dan manfaatnya.

2. Pengawet dan Pewarna Alami

Dalam bidang pangan, antosianin digunakan sebagai zat aditif atau bahan tambahan pangan (BTP) yang ditambahkan ke dalam bahan makanan dan minuman. Sebagai BTP, antosianin bertindak sebagai pewarna makanan dan minuman alami yang ditambahkan ke dalam pembuatan makanan dan minuman ringan, buah-buahan kering, *ice cream*, selai, susu kedelai, santan, agar-agar, mie, dan yogurt. Selain itu, jika direaksikan dengan senyawa kimia lain seperti brazilin, antosianin akan membentuk ikatan yang akan melindungi kation flavilium antosianin yang berfungsi sebagai penangkal molekul air yang berfungsi sebagai *stabilizer* warna.

Antosianin juga dapat digunakan sebagai pengganti natrium nitrit dalam fermentasi daging. Hal ini dikarenakan antosianin memiliki kualitas karakteristik yang hampir sama dengan natrium nitrit. Antosianin akan memberikan efek warna merah merona pada daging. Antosianin juga dapat digunakan untuk memperpanjang

masa simpan produk pangan. Antosianin memiliki aktivitas anti-virus; anti-jamur; dan anti-bakteri yang dapat melindungi makanan dari pembusukan mikroba, tidak menimbulkan efek samping yang berbahaya dibandingkan penggunaan pewarna sintetis (Saira & Kamran, 2017).

Aplikasi Ubi Ungu di Desa Selotapak

Desa Selotapak yang berada di Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur memiliki ketinggian yang tepat dalam budidaya ubi jalar ungu. Desa ini terletak di antara dua gunung, yaitu Penanggungan dan Welirang. Sebagai desa yang warganya sebagian besar berprofesi sebagai petani, warga desa biasa menanam ubi jalar dan padi secara bergantian. Permasalahan terjadi ketika musim panen tiba, harga ubi jalar pernah hanya mencapai Rp700 per kilogram. Hal tersebut diperparah dengan masa simpan ubi jalar ungu yang relatif pendek sekitar 5 hari dengan maksimal penyimpanan 10 hari (Budiastra, 2009). Pendeknya umur simpan ubi jalar dikarenakan kadar air yang tinggi pada umbinya. Kurangnya literasi dan pengetahuan warga desa mengenai metode penyimpanan dan pengolahan ubi jalar juga menyebabkan petani terpaksa menjual hasil panennya ke tengkulak. Pada *book chapter* ini akan dibahas beberapa metode sederhana dalam rangka mengolah ubi jalar ungu produksi Desa Selotapak dalam upaya memperpanjang masa simpan ubi ungu dan meningkatkan nilai jualnya.

Pada dasarnya, telah banyak produk olahan ubi jalar ungu yang telah beredar di pasaran, akan tetapi sebagian besar produk olahan tersebut tidak berbasiskan pengembangan potensi lokal dan pemberdayaan masyarakat. Produk-produk olahan yang dituliskan pada bagian ini telah dipraktikkan dan dikembangkan pada destinasi wisata Gartenhütte yang berada di desa wisata Selotapak.

1. Mie Ubi Jalar Ungu

Mie adalah salah satu makanan alternatif yang digemari masyarakat Indonesia. Pada tahun 2020, konsumsi mie instan di Indonesia mencapai 12.6 miliar porsi. Jumlah tersebut meningkat hampir 1% dari tahun 2019, yang menempatkan Indonesia menjadi negara pemakan mie instan terbanyak ke-2 di dunia (WINA, 2021). Banyaknya jumlah konsumen mie tersebut dikarenakan tingkat kepraktisan dalam konsumsi dan harga yang dapat diterima semua kalangan. Akan tetapi, tepung terigu yang menjadi bahan baku pembuatan mi masih harus diimpor karena masih kurangnya produksi gandum di Indonesia (Rosalina, 2012). Dengan mengombinasikan banyak manfaat pada ubi ungu dan kesukaan masyarakat akan mie, maka resep mie ubi ungu ini diciptakan dan dikembangkan.



Gambar 2. Pelatihan pembuatan mie ayam ubi ungu.

(Dokumentasi Pribadi)

Untuk membuat 8 porsi mie ubi ungu, siapkan bahan-bahan berikut:

- 200 g tepung protein tinggi
- 50 g tepung tapioca
- 70 g ubi ungu yang telah dikukus
- 1 butir telur ayam
- 1 sdt garam dan merica.

Cara membuat:

1. Haluskan terlebih dahulu ubi ungu kukus dengan 2-3 sdm air matang.
2. Campurkan semua bahan.
3. Uleni adonan hingga terbentuk adonan yang kering dan sedikit keras.
4. Bagi adonan menjadi beberapa bagian, kemudian pipihkan.
5. Pipihkan adonan dengan alat pembuat mi, mulai dari no. 1- 4 - 6 sebanyak 2-3 kali.
6. Taburkan sedikit tepung tapioca pada adonan yang telah dipipihkan.
7. Potong adonan menjadi mi
8. Mie dapat langsung direbus atau dikeringkan dengan digoreng/dipanggang untuk memperpanjang masa simpan.
9. Tambahkan *topping* sesuai selera.

2. Pie Ubi

Tidak hanya dapat digunakan sebagai olahan makanan pokok, ubi ungu juga sangat cocok untuk digunakan sebagai bahan baku pembuatan *snack* dan makanan ringan lainnya karena rasa manis alami yang terkandung di dalamnya. Salah satu resep makanan ringan yang dikembangkan dari ubi ungu adalah pie ubi ungu.



Gambar 3. Pie Ubi Ungu (Dokumentasi Pribadi)

Bahan (12-15 pcs):

Puff Pastry Crust

- 100 g tepung mocaf
- 225 g tepung segitiga biru
- 200 g unsalted butter
- 144 ml air dingin
- 10 ml perasan lemon
- 1 sdt garam

Filling Ubi Ungu

- 750 g ubi ungu kukus
- 100 g gula pasir
- 5 g tepung beras ketan putih
- 33 g butter
- 2 sdt garam

Cara Membuat:

1. Masukkan *butter* ke *freezer* selama minimal 2 jam sampai semalam.
2. Campurkan air dan perasan lemon, lalu simpan dalam lemari es.
3. Campurkan tepung terigu, tepung mocaf, dan garam.
4. Parut *butter* beku dan campur dengan adonan tepung.
5. Tambahkan air lemon dan air dingin secara perlahan sembari diaduk hingga keseluruhan adonan menyatu.
6. Bentuk adonan menjadi bola dan simpan pada lemari es minimal 1 jam.
7. Keluarkan adonan dari lemari es dan pipihkan dengan roller.
8. Lipat adonan dan pipihkan (minimal 3x).
9. Taburkan *brown sugar* dan kayu manis pada permukaan *pastry*.
10. Tambahkan isian berupa pasta ubi jalar secukupnya.
11. Lipat dan oleskan kuning telur pada bagian luar.
12. Panggang pada oven dengan suhu 180°C selama 45 – 55 menit.

3. *Soft Ice Cream* Ubi

Es krim merupakan makanan penutup favorit di berbagai belahan dunia. Tidak hanya karena rasanya yang enak, es krim juga memiliki segudang manfaat. Es krim mengandung karbohidrat, protein (susu) dan lemak sebagai sumber energi. Penambahan ubi ungu pada es krim juga akan meningkatkan manfaat dan penampilan pada es krim.



Gambar 4. Es Krim Ubi Ungu (Dokumentasi Pribadi)

Bahan:

- 300 mL susu *full cream*
- 120 mL *whipping cream*
- 90 g gula pasir
- 60 g pasta ubi ungu
- 1 sdt pasta talas
- 1 sdt vanilla bubuk
- 9 g maizena
- 1 kuning telur
- 1 putih telur (kocok kaku)

Cara membuat:

1. Panaskan campuran susu, *whipping cream*, gula, garam dan pasta ubi ungu dengan api sedang.
2. Campurkan kuning telur dan tepung maizena. Tambahkan 100 mL susu cair untuk membantu melarutkan.
3. Masukkan sebagian campuran susu panas ke dalam campuran telur dan aduk hingga merata.
4. Masukkan kembali campuran tersebut dengan campuran susu.
5. Masak hingga mendidih.

6. Tunggu dingin dan masukkan pada mesin pembuat *soft ice cream*.

4. *Butter Roll* Ubi Ungu

Ubi ungu dapat pula dimanfaatkan sebagai pembuatan produk-produk *baking* dan *pastry*. Selain dapat dijadikan tepung sebagai bahan baku pembuatan kue, ubi ungu juga dapat diubah menjadi puree sebagai campuran dalam pembuatan kue.



Gambar 5. *Butter Roll* Ubi Ungu (Dokumentasi Pribadi)

Bahan Adonan:

- 250 g tepung terigu protein tinggi
- 50 g tepung mocaf
- 15 g susu bubuk
- 40 gula pasir
- 1 kuning telur dicampur dg 210 g susu cair.
- 50 g puree ubi jalar ungu
- ½ sdt perisa talas
- 4 g ragi instan

- 3 g garam
- 50 g *unsalted butter*

Bahan Isian:

- 1 blok keju cheddar
- Wijen hitam sangrai
- Selai ubi ungu
- Coklat
- Pisang, dsb.

Cara Membuat:

1. Campur semua bahan yang telah disediakan dan diaduk sampai kalis.
2. Timbang adonan sesuai selera (20 – 30 g). Bulatkan adonan, diamkan kembali selama 10 menit, adonan digilas memanjang (segitiga), lalu berikan isian sesuai dengan selera. Gulung.
3. Oleskan sedikit mentega pada permukaan Loyang dan susun adonan yang sudah dibentuk dengan rapi.
4. Oleskan kuning telur pada permukaan.
5. Panggang adonan dengan oven 180 – 190°C selama 15 menit.
6. Butter rolls siap disajikan.

Referensi

- Khoo, Hock Eng et al. "Anthocyanidins and anthocyanins: colored pigments as food, pharmaceutical ingredients, and the potential health benefits." *Food & nutrition research* vol. 61,1 1361779. 13 Aug. 2017, doi:10.1080/16546628.2017.1361779
- Budiastra, I Wayan," Mutu Dan Umur Simpan Ubi Jalar Putih (Ipomoea Batatas L.) Dalam Kemasan Plastik Pada Berbagai Suhu Penyimpanan".
<http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/60338>. 2009
- <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5678459/wow-indonesia-negara-pemakan-mie-instan-terbanyak-ke-2-di-dunia>
- Nurmuslimah, F. Hendrawan, B. S. Y., 2014. Uji Karakteristik Mie Instan Berbahan Baku Ubi Jalar. *Jurnal Bioproses Komoditas Tropis*.
- Siti Azima, A. M., Noriham, A., & Manshoor, N. 2014. Anthocyanin Content in Relation to The Antioxidant Activity and Colour Properties of *Garcinia mangostana* pell, *Syzygium cumini* and *Clitoria ternatea* Extracts. *International Food Research Journal* 21 (6): 2369 – 2375.
- Wallace, T. C. 2011. Anthocyanins in Cardiovascular Disease. *American Society for Nutrition. Adv. Nutr.* 2: 1 – 7. DOI: 10.3945/an.110.000042.
- Forbes-Hernandez, T. Y., Gasparrini, M., Afrin, S., Cianciosi, D., GonzalezParamas, A. M., Santos-Buelga, C., Mezzetti, B., Quiles, J. L., Battino, M., Giampieri, F., & Bompadre, S. 2017. Strawberry (cv. Romina) Methanolic Extract and Anthocyanin-Enriched Fraction Improve Lipid Profile and Antioxidant Status in HepG2 Cells. *International Journal of Molecular Sciences* 18: 1 – 17. DOI: 10.3390/ijms18061149.
- Saira, S., & Kamran, K. M. 2017. Stability of Anthocyanins from *Syzygium cumini* (Jamun) at Different Processing Condition. *J. Food Technol Pres* 2 (1): 1 – 5.

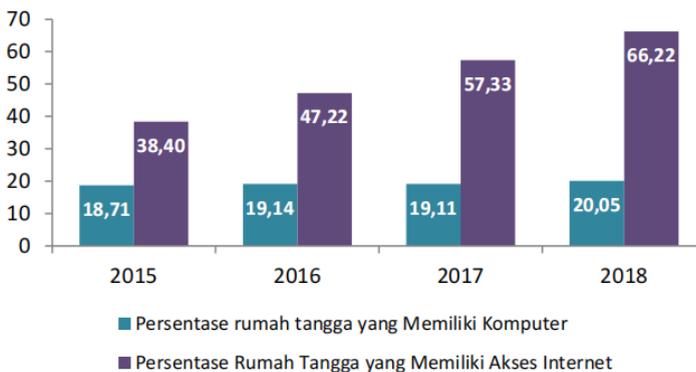
Halaman ini sengaja dikosongkan

Teknologi Informasi dalam Pelayanan di Kafe

Felix Handani

Prodi Teknik Informatika

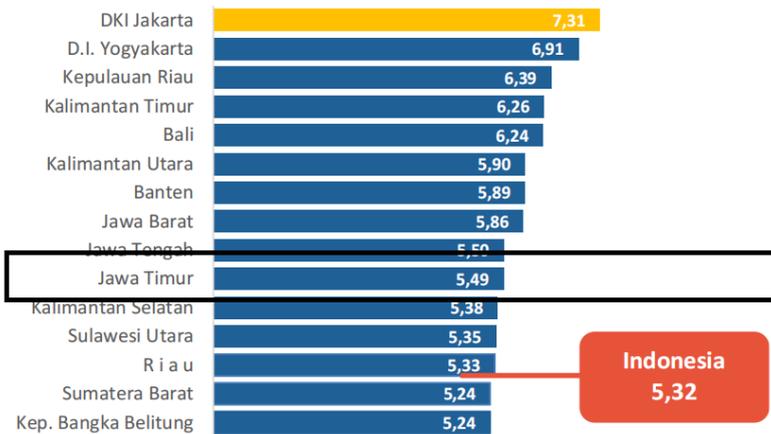
Perkembangan teknologi Informasi secara umum sangat meningkat dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Peningkatan tersebut terangkum dalam data indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi sejak tahun 2018 [1]. Akses dan penggunaan teknologi informasi memperoleh nilai 5,07 dari 10. Ada peningkatan 33,7% pengguna internet dalam tahun 2018. Peningkatan dimotori dengan penggunaan *mobile* data dari pengguna internet untuk berbagai macam kegiatan baik unsur produktif ataupun hiburan. Peningkatan juga terlihat dari akses rumah tangga baik untuk usaha kecil menengah ataupun untuk keluarga seperti tergambar pada Gambar 1.



Sumber: BPS

Gambar 1. Perkembangan akses TIK dan Internet dalam lingkup rumah tangga [1].

Pada tahun 2019 menurut BPS [2], nilai indeks pembangunan meningkat menjadi 5,32 dari 10. Indikator peningkatan terkait karena akses dan pembangunan infrastruktur meningkat 3,56%, jumlah penggunaan TIK meningkat 8.99% dan peningkatan keahlian dan kefasihan penggunaan TIK meningkat 1,31% untuk seluruh propinsi yang ada di Indonesia. BPS juga melakukan *assessment* setiap propinsi. Propinsi Jawa Timur yang merupakan tempat bernaung Café Gartenhütte memiliki skor 5,49 dari 10,00. Bila melihat skor secara nasional yaitu: 5,32, maka Jawa Timur sudah cukup meningkat penggunaan TIK.



Gambar 2. Skor penilaian pembangunan TIK menurut BPS tahun 2019 [2].

Peningkatan signifikan terjadi pada tahun 2020-2021 di mana pengguna dari segala usia menggunakan teknologi informasi untuk bekerja hingga untuk menikmati hiburan. Kegiatan bersosialisasi terbatas dengan perantara media sosial dan media *chat online* akibat pandemi. Sektor usaha juga bergeliat dengan melakukan strategi bisnis melalui *platform online* seperti media sosial, aplikasi dan *website*. Terbukti dalam satu tahun terakhir, banyak investasi dalam bidang data *center* yang memasuki Indonesia [3]. Menurut rilis Kementerian Investasi Indonesia [4],

ekosistem usaha mikro bertumbuh secara signifikan. Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) pada Oktober 2020 menerima 377.540 permohonan yang diterima untuk mendapatkan Nomor Induk Berusaha.

Kesiapan Pembangunan infrastruktur teknologi juga diimbangi dengan kebijakan pemerintah dalam mengatur pendidikan, literasi digital, dan distribusi konten digital. Mulai tahun 2018, pemerintah melalui Kominfo menyadari pentingnya kesadaran dalam mengamati konten digital. Pemerintah telah mencanangkan tiga strategi dalam mendorong pemanfaatan teknologi digital. Pertama, meningkatkan keahlian Sumber Daya Manusia (SDM) dalam menggunakan teknologi dan menyebarkan konten digital. Peningkatan keahlian bukan hanya terkait cara mengoperasikan namun memahami arti dan makna dari konten yang dia dapatkan. Kedua, membasmi konten-konten yang aktif mengirim konten negatif. Ketiga, melakukan penindakan hukum berdasarkan regulasi yang tertuang pada UU ITE. Sejak 2018 hingga 2021, pemerintah juga memanfaatkan teknologi informasi dengan adanya Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) dan pelayanan satu pintu yang ada di regional masing-masing.

Pemerintah juga mendorong pembangunan infrastruktur TIK dari sisi regulasi pada daerah 3T (Terdepan, Terpencil dan Tertinggal) [5]. Dua tahun ini, pemerataan jaringan Internet mulai merata. Kebijakan ini menjadi kesempatan yang baik untuk menggunakan teknologi informasi bagi pengelola café-café di seluruh pelosok Indonesia khususnya Café berbasis *outdoor* di desa seperti Gartenhütte.

Café Gartenhütte sejak berdiri telah sadar penggunaan teknologi informasi, khususnya untuk keperluan promosi. Pemilihan *platform* promosi perlu memperhatikan segmen pasar dari Café tersebut. Apabila ingin menarget pangsa pasar usia muda produktif (antara 20–40 tahun), maka *platform* media sosial Instagram menjadi alternatif utama dibanding media sosial lain seperti Facebook ataupun TikTok. Instagram memiliki keunggulan pada publikasi foto-foto yang mana lingkungan Gartenhütte indah

dan cocok untuk sesi foto. Instagram pada akun Gartenhütte sudah akun bisnis dan memungkinkan pengelola untuk melihat penonton akun Gartenhütte. Dari *dashboard* akun Gartenhütte, pengelola dapat melihat rentang usia pelanggan, persebaran jenis kelamin pelanggan dan domisili akun dari pelanggan berdasarkan lokasi aksesnya. Selama pengamatan Oktober 2021, terlihat rentang usia pengunjung adalah rentang 18-34 (yaitu kelahiran 1987 – 2003). Kota atau daerah yang berkunjung ke Instagram adalah Surabaya dan Mojokerto. Dari data-data tersebut, pihak Gartenhütte dapat melakukan strategi promosi untuk menentukan arah usaha ke depan.

Semakin tepat promosi, tentu akan berimplikasi pada banyaknya pengunjung. Semakin banyak pelanggan tentu menjadi tantangan baru yaitu bagaimana mengelola pelayanan ke pelanggan agar pesanan dapat tersaji dengan koordinasi yang baik antar-bagian kasir hingga dapur.

Selama ini, proses bisnis pemesanan pada Café Gartenhütte dimulai dari pelanggan hadir ke Café lalu antre ke kasir. Di dalam kasir, pelanggan baru memilih menu apa saja yang dipesan. Dari fase pemesanan awal ini, ada beberapa poin kritis yaitu: waktu tunggu antrian dan waktu tunggu memilih menu. Pada waktu tunggu mengantre, pelanggan tidak mengetahui ataupun mendapatkan informasi jenis makanan dan harga makanannya. Hal ini dapat menjadi antrean panjang apabila jumlah pelanggan yang hadir bertambah signifikan. Pihak pengelola Gartenhütte telah berinisiatif untuk menggandakan buku menu dan menyediakan pensil atau secarik kertas untuk mencatat pembelian, namun dengan situasi pandemi dengan pengaturan jarak antar-manusia dan meminimalkan interaksi antar-manusia, maka opsi penggunaan alat tulis/kertas dan adanya antrean menjadi masalah tersendiri.

Problematis lain waktu pasca-pemesanan adalah bagaimana pihak pengelola mengetahui posisi tempat duduk pelanggan. Setelah melakukan pembayaran pesanan, maka pelanggan diberi sebuah nomor meja. Kemudian pelanggan memilih tempat duduk

secara bebas sesuai dengan kehendak pelanggan. Pihak kasir menerima pembayaran dan mencatat nomor kursi yang diberikan pada sebuah *platform* mesin kasir. Namun di mesin kasir yang ada saat ini hanya mencatat nomor meja mereka, seperti pada Gambar 3, sedangkan di lapangan nomor meja tidaklah baku/statis melainkan urut sesuai kedatangan dari pelanggan. Akibatnya terjadi ketidaklengkapan pencatatan data sehingga pengelola perlu ada mekanisme tambahan.



Gambar 3. Terdapat daftar makanan dan catatan yang mengindikasikan nomor meja pelanggan.

Mekanisme tambahan yang dilakukan dari pihak Gartenhütte adalah melakukan pelatihan kepada karyawan Gartenhütte khususnya yang mengantar makanan untuk selalu peduli dan melihat sekeliling apabila saat mengantar makanan. Koordinasi dilakukan dengan komunikasi dari orang per orang. Tentu hal ini masih bisa efektif apabila jumlah pemesanan masih

batas wajar dan tingkat konsentrasi orang tersebut masih optimal. Kualitas pelayanan pelanggan terikat erat dengan kemampuan individu personil. Hal ini cukup kritikal apabila pemesanan yang ada terlampau banyak dan bisa menjadi tidak efektif untuk lingkungan kerja apabila ada miskordinasi antar-personil.

Faktor yang menghambat lainnya adalah faktor alam. Seperti kita ketahui, café Gartenhütte memiliki daerah yang terbuka (*outdoor*) sehingga pada musim penghujan, personil tidak dapat melihat dan melacak dengan seksama karena tertutup hujan atau kendala lapangan lainnya. Dari kedua permasalahan di atas, proses pelayanan pelanggan dapat menggunakan alat bantu Teknologi Informasi yang sesuai dengan kebutuhan yang ada di Café Gartenhütte.

Sebelum menentukan solusi, perlu diukur level kedewasaan penggunaan Teknologi Informasi dari kedua proses bisnis yang akan diselesaikan. Pengukuran menggunakan *Maturity Level Model* pada COBIT 4.1 [6] seperti pada Gambar 4 berikut.

Level	Status	Description
0	Non-existent	Process is not applied at all.
1	Initial/ <i>ad hoc</i>	Process is ad hoc and disorganized.
2	Repeatable but intuitive	Process follows regular patterns.
3	Defined process	Process is documented and communicated.
4	Managed and measurable	Process is monitored and measured.
5	Optimized	Process follows best practices and automated

Gambar 4. *Maturity Level Model* COBIT 4.1 [6].

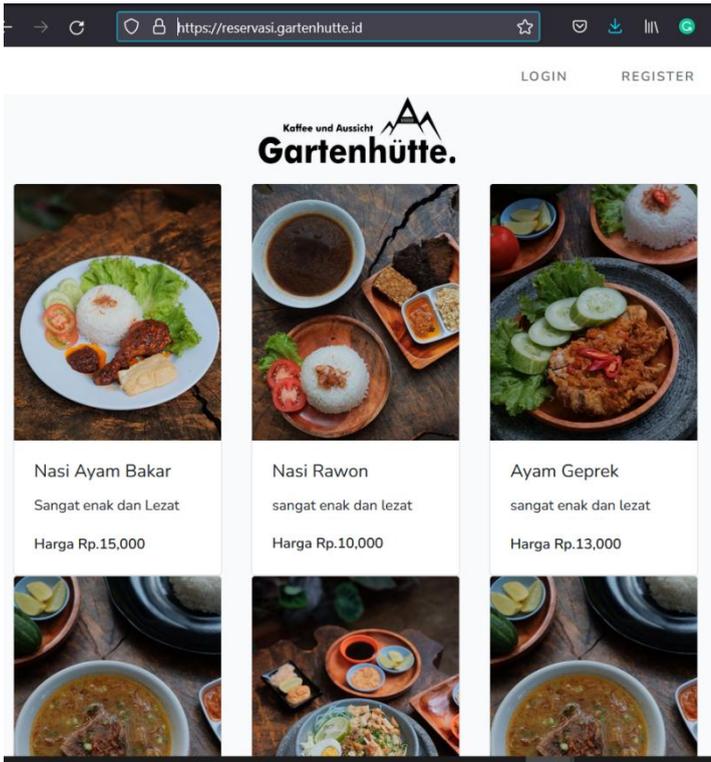
Pada proses bisnis saat pelanggan mengantre untuk memesan, pengelola tidak menyediakan TIK dan hanya menyediakan prosedur sederhana secara spontan. Pada proses bisnis memilih makanan atau menu, *maturity level* pada fase *Initial*. Proses pemesanan dilakukan dengan pemanfaatan mesin kasir digital yang mana mendata menu, semua order, dan mampu

mencetak laporan pemesanan ke pihak dapur atau pihak pembuat *snack* atau minuman. Pada proses ini, pemilik café juga bisa memonitor order setiap harinya secara *online*. Namun data yang tercatat tidak semua sesuai karena nomor meja bisa dinamis dan terletak di manapun sekitar Café Gartenhütte. *Maturity Level* pada bagian ini adalah telah ter-*manage* dan terukur (Level 4). Pada proses pengantaran makanan ke pelanggan, proses telah ada dengan gabungan memanfaatkan laporan yang tercetak dengan keterampilan individu personel dalam mengamati situasi di lapangan. Namun kendala di lapangan, pemilik sulit untuk memonitor dan mengukur kinerja. Proses juga masih cukup cair mengikuti kondisi di lapangan, sehingga fase pada proses pengantaran makanan adalah fase berulang (Level 2).

Selain masalah yang ditemukan dan *Maturity Level* dari masing-masing proses, maka perlu mengetahui profil pelanggan yang hadir. Pelanggan yang hadir adalah rata-rata usia 20-30 tahunan dengan berbagai kepentingan dan profesi. Sebagian besar pelanggan memiliki motivasi untuk berswafoto menghadap ke gunung atau sawah dan di-*upload* ke Instagram atau *platform* sosial media lainnya. Ada juga yang berlibur keluarga dan menyantap hidangan bersama. Dalam satu rombongan tersebut minimal membawa 1 *device* HP. Kualitas sinyal di Gartenhütte memiliki skor 5 dari 10 yaitu cukup. Hal ini ditandai dengan inkonsistensi membuka sosial media dan indikator sinyal yang antara 50-60% pada berbagai ragam provider. Ragam merk dan tipe *smartphone* juga ditemukan pada pelanggan Café Gartenhütte.

Dari penjabaran tersebut, teknologi Informasi untuk mengatasi permasalahan pemilihan menu adalah memanfaatkan katalog *online*. Katalog *Online* dirancang dengan menggunakan satu buah aplikasi berbasis web. Keputusan menggunakan basis web karena sifat kemudahan akses yang cenderung universal. Universal ini dalam arti dapat diakses dari berbagai macam *platform*, tipe dan merk *smartphone*. Pemberian nama *link web* juga dibuat semudah mungkin untuk diingat yaitu

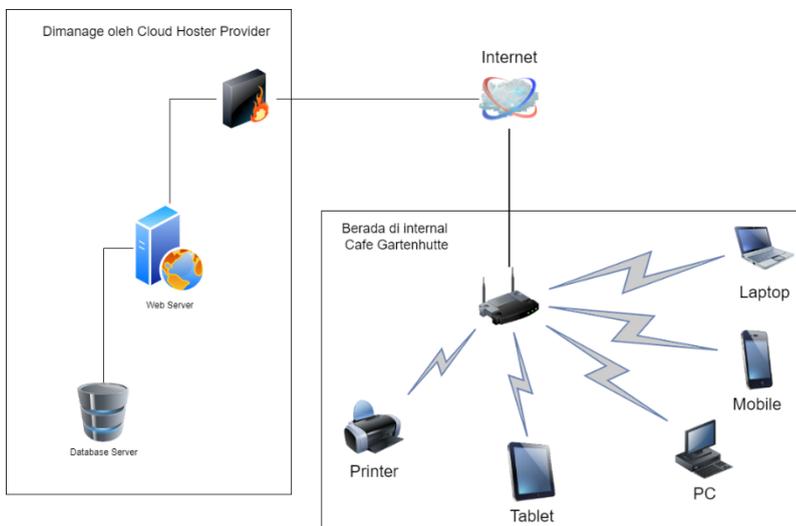
reservasi.Gartenhütte.id. Tampilan dibuat efektif menampilkan gambar, nama makanan dan harga makanan yang disediakan seperti pada Gambar 5 berikut ini.



Gambar 5. Tampilan Antar-Muka Katalog Pemesanan

Pemesanan pun dapat dilakukan awal dan dilakukan dari bangku ataupun dari parkir mobil saat hendak ke Gartenhütte. Fitur reservasi ini semacam *booking* tempat makanan baik untuk makan di tempat ataupun dibawa pulang. Data pemesanan yang telah dilakukan pelanggan ini dapat digunakan oleh pengelola untuk mengetahui bobot kerja atau bobot makanan yang akan terjadi pada beberapa jam, menit atau hari mendatang.

Sistem reservasi Gartenhütte ini dibuat dengan *platform web* dengan bahasa pemrograman PHP. Sistem reservasi ini menggunakan topologi *Client-Server Architecture* dengan menyewa sebuah *cloud hosting* pada provider seperti pada Gambar 6. Terlihat layanan reservasi Gartenhütte berkomunikasi ke server Web dan mampu melayani dari berbagai macam *platform* baik PC, laptop hingga *smartphone* melalui perantara *router* yang tersedia.



Gambar 6. Arsitektur Sistem Reservasi Gartenhütte

Sistem reservasi yang dikembangkan mencatat data pelanggan, kapan akan tiba di café, dan menu makanan/minuman yang dipesan. Apabila pelanggan tidak melakukan reservasi, mereka tetap bisa melakukan pemesanan di meja dengan membuka *web* reservasi tersebut dan menyampaikan menu makanan apa saja di depan kasir.

Untuk melakukan monitoring posisi pelanggan, kami melakukan dua eksplorasi teknologi yaitu penggunaan sensor *Bluetooth Low Energy* (Beacon BLE) dan penggunaan QR Code.

Penerapan teknologi yang pertama adalah penggunaan *beacon* sebagai sensor untuk memonitoring pelanggan. *Bluetooth Beacon* adalah sebuah perangkat *wireless* ringan dan kecil. Di dalamnya memancarkan sinyal *bluetooth* yang *low energy*. Mirip seperti kunang-kunang yang bercahaya di malam hari, sinyal *bluetooth* dari *beacon* dipancarkan ke sekitarnya sehingga *device* yang mengenali sinyal tersebut dapat mengidentifikasi bahwa ada sinyal *bluetooth* seperti pada Gambar 7. Agak berbeda dengan *bluetooth* yang terpasang di HP, teknologi *bluetooth low energy* memiliki komponen yang berbeda sehingga meminimalkan penggunaan baterai. Namun pertukaran data dan format data memiliki kesamaan *protocol* dengan *bluetooth* pada umumnya.



Gambar 7. Ilustrasi Konektivitas dengan Beacon [7]

Beacon memancarkan sinyal data sejauh maksimum 100m melalui beberapa *protocol bluetooth*. Setiap *Beacon* memiliki nomor identifikasi yang unik seperti layaknya manusia memiliki nomor passport atau KTP sebagai *identifier*. Sinyal *beacon* dapat ditangkap oleh *bluetooth* yang sudah tertanam pada Laptop/PC atau *smartphone* yang memiliki konektivitas *bluetooth*. Namun PC/*smartphone* memiliki keterbatasan rentang jauh deteksi *beacon* yaitu maksimum 10m. Pada beberapa teknologi *bluetooth energy* dapat disisipi informasi tambahan seperti: teknologi

push-notification untuk *mobile marketing/sms marketing* dan menentukan posisi. Dalam hal praktis, *beacon* dapat digunakan untuk *advertising, indoor navigation, tracker* dari medis untuk pengecekan gerak dan aktivitas seseorang, dan *tracker* dari barang untuk pengecekan keluar masuknya barang.

Strategi penggunaan *beacon* ada dua alternatif yaitu: sensor *beacon* diletakkan pada nomor meja setelah pembayaran dan sensor *beacon* diletakkan menyebar di seluruh area restoran. Bila menggunakan alternatif sensor diletakkan pada nomor meja, maka pelanggan tidak memiliki banyak aktivitas yang berubah. Setelah memesan dan membayar kasir, mereka hanya membawa sensor *beacon* yang tertempel di nomor meja ke meja yang dituju.

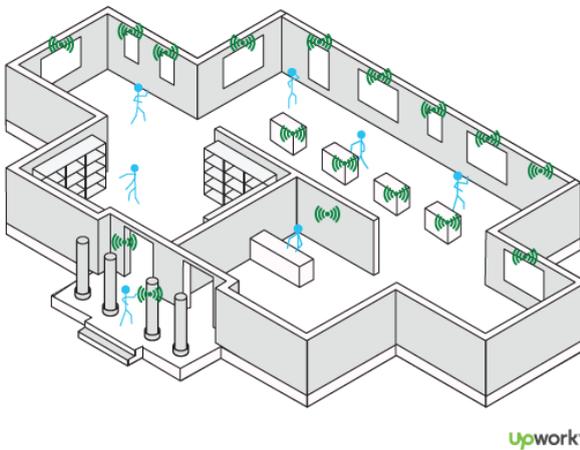
Pada alternatif ini, perubahan banyak terjadi di sisi pengantar makanan. Pengantar makanan memiliki tambahan aktivitas yaitu memonitor posisi pelanggan dengan mencari sensor *beacon*. Konsentrasi pengantar makanan terpecah menjadi 2 yaitu: melihat sensor jarak *beacon* dan mengamati dengan mata telanjang keberadaan nomor tersebut seperti pada Gambar 8 berikut.



Gambar 8. Aktivitas pengantar makanan di Café Gartenhütte.

Apabila kondisi cuaca hujan, maka aktivitas pengantaran dan pengamatan juga menantang karena fokus menjadi

terbagi-bagi untuk menjaga makanan agar tidak basah dan menjaga *device* tidak terkena air. Monitoring *beacon* tidak dapat terpusat pada dapur karena posisi riil *beacon* dikirim dari sensor *smartphone* pegawai yang mana bisa dikirim apabila berjarak kurang lebih 10 meter. Tantangan lain yang timbul adalah pembelian sensor *beacon* harus sebanyak jumlah nomor meja. Dengan harga minimal Rp. 300.000,- per *device*, maka mengeluarkan banyak biaya untuk pembelian sensor.



Gambar 9. Ilustrasi *indoor Beacon* [8].

Alternatif kedua mendistribusikan *beacon* beberapa bagian dari Café Gartenhütte, mirip dengan ilustrasi aktivitas dalam ruangan di Gambar 9 berikut. Strategi ini bisa efektif apabila pelanggan menginstall sebuah aplikasi yang menerima sensor *bluetooth* tersebut. Aplikasi tersebut harus ditanam pada sebuah *smartphone* yang memiliki *bluetooth* dan konektivitas internet yang cukup. Untuk melacak secara berkala, standarnya setiap 5-10 detik sekali, *smartphone* pengguna mengirimkan data ke *beacon* untuk mengetahui *region* atau *sector* tempat mereka berada. Tentu dengan aktivitas seperti ini akan menguras sumber daya di internal *smartphone* salah satunya baterai dan kuota Internet.

Dampak yang terlihat adalah baterai *smartphone* lebih cepat habis daripada biasanya. Melihat profil dan motivasi pelanggan yang ingin mendapatkan liburan atau bersantai, tentu kondisi ini akan dihindari.

Kerumitan pemasangan program juga menjadi tantangan. Pihak Gartenhütte/pengelola café tidak memiliki kapasitas dalam memaksa pengguna untuk menggunakan aplikasi. Restoran ternama saja perlu memutar otak dengan memberikan promo-promo menarik agar pengguna memesan dengan aplikasi *delivery/apps* mereka. Tentu usaha café untuk memaksa instalasi akan menjadi kontraproduktif dengan popularitas café itu sendiri yang mengedepankan kenyamanan pelanggan.

QR adalah kepanjangan dari *Quick Response*. Alat ini adalah evolusi dari barcode dengan bentuk persegi. Di dalam QR ada gambar-gambar pixel acak yang di dalamnya menyimpan informasi yang ingin diketahui. QR sendiri memiliki standar dalam pembuatannya. Namun semakin hari hingga tahun 2021, banyak sekali *website* yang membantu kita membuat QR Code secara dinamis sesuai dengan informasi yang kita butuhkan.

Pengetahuan penduduk Indonesia terkait QR sudah tersedia sejak tahun 2017. Ditandai dengan *booming*-nya penggunaan *e-wallet* yang dibawa *startup* digital ternama di Indonesia. Pembayaran dengan *e-wallet* tersebut sudah tanpa transfer nomor rekening, namun tinggal foto pada gambar QR dan tersinkron data. Pengguna di Indonesia juga sudah familiar dengan penggunaan kamera pada *smartphone* karena produksi *smartphone* mulai dari tahun 2014 sudah dilengkapi dengan satu kamera belakang dan satu kamera depan. Bahkan hingga tahun 2021 jumlah kamera bertambah untuk memperkuat keindahan gambar yang diambil. Dengan perilaku dan *trend* yang ada, penggunaan QR menjadi alternatif yang mudah untuk diterapkan.



Gambar 10. Ilustrasi QR scan.

QR akan diproduksi dan dikelola mandiri oleh pengelola café pada modul khusus “*Management Sektor*” dan “*Management Meja*”. QR dapat dicetak dan dapat ditempel secara fleksible di meja ataupun tempat yang dikehendaki. Gambar QR yang tercetak dapat di-*scan* (seperti Gambar 10) dengan mudah oleh aplikasi berbasis *web* tanpa perlu *install*. Aplikasi QR ini bisa disinkronisasi dengan sistem reservasi Gartenhütte. Penggunaan *web* ini dipilih dilandasi adanya ragam penggunaan teknologi dan pengetahuan literasi teknologi yang sangat beragam.

Saat hadir di Gartenhütte, pelanggan tinggal men-*scan* QR pada meja yang tersedia sehingga saat pemesanan dilakukan, pengelola café mengetahui keberadaan tempat duduk pemesan. Andaikata pelanggan ingin melakukan pindah tempat, maka pelanggan cukup menggunakan re-*scan* ulang QR pada aplikasi yang tersedia sehingga terjadi *update* data. Pihak pengelola café dapat melihat data secara *update* pada layar yang tersedia. Terkait konsumsi paket data atau konektivitas tidak sesering dengan *beacons*. Pertukaran paket cukup saat pelanggan melakukan *scan* dan melakukan pemilihan menu makanan yang akan disantap. Penggunaan QR pun tidak perlu memakan banyak biaya pembelian karena cukup menggunakan *printer* untuk mencetak data QR yang telah diberikan.

Dalam penerapan dan implementasi teknologi informasi bukan hanya melihat solusi terkini dan paling mutakhir, namun

mempertimbangkan *portfolio* pengguna dalam penggunaan teknologi secara umum. Dengan mengetahui kebutuhan pelanggan dan pengelola secara riil, maka solusi yang ditawarkan akan mudah digunakan sehingga pengguna baik pelanggan ataupun pengelola nyaman menggunakan. Itulah seni dalam membangun Teknologi Informasi yang berkualitas.

Referensi

- [1] T. K. Lestari, "INDEKS PEMBANGUNAN TEKNOLOGI, INFORMASI, DAN KOMUNIKASI," BPS RI, Jakarta, 2018.
- [2] bps, "Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) Indonesia Tahun 2019 Sebesar 5,32 pada Skala 0–10," Badan Pusat Statistik RI, [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/12/15/1750/indeks-pembangunan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-ip-tik--indonesia-tahun-2019-sebesar-5-32-pada-skala-0---10.html>. [Accessed 12 12 2021].
- [3] C. Anestia, "Princeton Digital Group Siapkan 2,1 Triliun Rupiah Ekspansi Data Center ke Indonesia," *dailysocial.id*, [Online]. Available: <https://dailysocial.id/post/pgd-data-center-investasi-indonesia>.
- [4] kementerianinvestasi, "Terus Meningkat, Minat Usaha Mikro Tetap Mendominasi di Kala Pandemi," [Online]. Available: <https://www.investindonesia.go.id/id/artikel-investasi/detail/terus-meningkat-minat-usaha-mikro-tetap-mendominasi-di-kala-pandemi>. [Accessed 14 12 2021].
- [5] B. H. K. Kominfo, "Dorong Efisiensi Infrastruktur TIK, Menkominfo: Pemerintah Siapkan Kebijakan yang Ramah," [Online]. Available: https://www.kominfo.go.id/content/detail/37899/siaran-pers-no-390hmkominfo112021-tentang-dorong-efisiensi-infrastruktur-tik-menkominfo-pemerintah-siapkan-kebijakan-yang-ramah/0/siaran_pers.
- [6] D. Ariyadi and T. Dirgahayu, "Assessment to COBIT 4.1 maturity model based on process attributes and control objectives," International Conference on Science in Information Technology (ICSITech) , 2015.

- [7] kontakt.io, "What is a beacon?," [Online]. Available: <https://kontakt.io/what-is-a-beacon/>. [Accessed 12 12 2021].
- [8] C. Wodehouse, "Building an IT Business: Indoor Beacon Technology," [Online]. Available: <https://www.business2community.com/brandviews/upwork/building-business-indoor-beacon-technology-01877792>. [Accessed 12 12 2021].

Tentang Para Penulis



Endah Asmawati, M.Si. adalah salah satu pengajar di jurusan Teknik Informatika Universitas Surabaya. Sejak tahun 2012 beliau aktif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan beberapa kali mendapatkan hibah dari Kemenristek. Latar belakang pendidikan S1 dan S2

Matematika di Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya menjadi bekal saat mendampingi kader PKK desa Batankrajan Mojokerto dalam pembuatan Alat Permainan Edukasi (APE) bagi anak PAUD. Selain itu juga dilakukan pendampingan pada UMKM Kerupuk Sidoarjo dalam menyiapkan produknya untuk diekspor, dan sampai saat ini (2021) beliau dan tim masih melakukan pendampingan di desa Selotapak untuk menjadi desa wisata.



Dr Hazrul Iswadi adalah Sekretaris LPPM Universitas Surabaya (Ubaya) yang aktif melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Beliau memiliki latar belakang pendidikan S1, S2, dan S3 Matematika dari Institut Teknologi Bandung dan sekarang bergabung dengan Prodi Magister Teknik Industri Ubaya. Pada pemberdayaan

masyarakat, beliau memperoleh hibah pengabdian dari Kemenristek BRIN melalui beragam skim seperti PkM, PPPUD, dan PPMUPT. Pada tingkat internasional, beliau menjadi representatif dari Universitas Surabaya sebagai *Council Member* dari APUCEN (Asia-Pacific University-Community Engagement Network). Lima buku atau *book chapter* karya beliau pada bidang pemberdayaan masyarakat adalah *Pemberdayaan Masyarakat dalam Mengelola*

Desa Wisata di Masa Pandemi: Studi Kasus Desa Kedungudi, Evolusi Pos Pendakian Desa Kedungudi - Tahap I: Kelahiran dan Penguatan, Tanaman Malaikat dari Trawas, Indonesia - Ashitaba (Seledri Jepang), Tetap Optimis dan Berkarya di Masa Pandemi, dan Bank Sampah Segunung Harto - Siasat Jitu Desa Kedungudi Selama Pandemi dan Menghadapi Masa Normal Baru.



Erna Andajani, berkarier sebagai dosen Jurusan Manajemen di Universitas Surabaya tahun 2006 hingga sekarang. Erna aktif sebagai peneliti dan penulis bidang ilmu manajemen serta narasumber dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Pendidikan S1 diperoleh jurusan Teknik Sipil dari ITS, Surabaya. Gelar

Magister Manajemen S2 dari PPM, Menteng-Jakarta, dengan konsentrasi manajemen operasi dan manajemen pemasaran. Pendidikan Doktor Ilmu Manajemen ditempuh di Universitas Brawijaya. Konsentrasi peminatan yang ditekuni saat ini pada bidang manajemen *service*, manajemen operasi, dan manajemen *service* operasi. Selama menjalani karier ini, beliau aktif melakukan publikasi untuk penelitian, hasil kegiatan pengabdian masyarakat, buku dan menjadi *Chief in Editor* untuk Jurnal Manajemen & Bisnis (MABIS).



Zunairoh, S.M., M.SM. lahir di Kab. Kediri, Provinsi Jawa Timur pada 13 Februari 1994, merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Penulis merupakan lulusan S1 dan S2 Program Studi Manajemen dengan konsentrasi keuangan pada Universitas Airlangga. Ia sangat menyukai bidang kesenian. Sebelum

ia mengabdikan sebagai dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya, ia bergabung dengan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. Selain mengajar, penulis aktif dalam kegiatan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat dan penelitian khususnya pada keuangan dengan topik *corporate social responsibility, corporate governance, experimental finance, financial market, behavioral market, dan digital payment*. *Book chapter* ini merupakan karya pertamanya, semoga bermanfaat dan dapat menginspirasi.



Yayon Pamula Mukti, S.TP., M. Eng lahir di Kab. Ponorogo, Provinsi Jawa Timur pada 15 Agustus 1989, merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Penulis merupakan lulusan Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Universitas Brawijaya (S1) dan *Advanced Science and Biotechnology, Osaka University (S2)*. Saat ini ia mengabdikan sebagai dosen

Program Kekhususan Bionutrisi dan Inovasi Pangan, Fakultas Teknobiologi, Universitas Surabaya. Selain mengajar, penulis aktif dalam kegiatan pengabdian dan pemberdayaan masyarakat khususnya pada bidang pengolahan pangan berbasis pangan lokal, pengemasan pangan, sanitasi dan keamanan pangan. *Book chapter* yang pernah dihasilkan adalah *Bank Sampah Segunung Harto - Siasat Jitu Desa Kedungudi Selama Pandemi dan Menghadapi Masa Normal Baru*.



Felix Handani, S.Kom., M.Kom., lahir di Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur. Penulis merupakan lulusan Program Studi Sarjana dan Magister dari Teknik Informatika, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya dengan spesialisasi pada bidang

Rekayasa Perangkat Lunak (RPL). Sejak tingkat akhir pada program Sarjana hingga mengemban pendidikan Magister, penulis berpartisipasi aktif dalam kegiatan kelembagaan sebagai pengajar dan tim teknis dalam lingkup Teknologi Informasi seperti pengelolaan laboratorium komputer, pelatihan *platform* daring sebagai pendukung belajar dan pengembangan perangkat lunak dalam lingkup *enterprise*. Saat ini penulis mengabdikan sebagai dosen Program Studi Teknik Informatika, Universitas Surabaya dan dipercaya untuk mengelola *platform* dan teknologi pembelajaran pada Universitas. Selain mengajar, penulis aktif dalam kegiatan kepanitiaan internal, kegiatan penelitian serta pengabdian dan pemberdayaan masyarakat khususnya pada bidang teknologi informasi.