

Pelatihan Pembuatan Mont Blanc Berbasis Bahan Lokal Untuk Penguatan Kompetensi Barista di Lumbung Hills

I Kadek Karya Darma¹, Putu Eka Wirawan¹, Ni Wayan Astri Utami¹, I Putu Gede Aditya Sesana Putra¹, I Gede Majesta Yamuna Karang¹, I Putu Adji Tananjaya Nusantara¹

¹ Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Indonesia

ARTICLE INFO

Keywords:

Barista;
Mont Blanc;
Local Ingredients;
Homestay;
Hospitality;
Community Empowerment

Article history:

Received 2026-07-18

Revised 2026-08-20

Accepted 2026-09-24

ABSTRACT

Local-based barista training holds strategic value in supporting community-based homestay development. This program aimed to enhance technical competence and local wisdom awareness through hands-on practice in preparing Mont Blanc using local coffee and lemon. The training method consisted of three stages: explanation, demonstration, and direct practice, involving 15 young local participants. Evaluation results indicated a 53.2% increase in knowledge and a 50.5% improvement in practical skills. Moreover, participants' ability to explain the local value of the product rose from 20.0% to 73.3%. These findings highlight that practice-based training is effective in building hospitality skills while strengthening the local identity of homestays. The program demonstrates that empowering young communities through creative beverage innovation can contribute to sustainable tourism development.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



Corresponding Author:

I Kadek Karya Darma

Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Indonesia; karyadarma32@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri food and beverage saat ini tidak hanya ditandai oleh meningkatnya budaya konsumsi kopi, tetapi juga oleh bertumbuhnya kebutuhan terhadap tenaga kerja muda yang kreatif, terampil, dan mampu menghadirkan pengalaman minum yang bernilai. Dalam konteks hospitality, barista tidak lagi cukup dipahami sebagai seseorang yang hanya menyeduh kopi, melainkan sebagai pelaku layanan yang perlu memahami karakter bahan, teknik penyajian, keseimbangan rasa, kebersihan kerja, estetika produk, serta kemampuan menjelaskan cerita di balik minuman yang disajikan. Balabuana et al. (2025) menunjukkan bahwa pelatihan barista berbasis praktik langsung mampu meningkatkan pengetahuan dasar peserta, keterampilan meracik kopi, pemahaman potensi usaha, serta motivasi untuk mengembangkan usaha di bidang kopi.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, pelatihan barista memiliki nilai strategis karena tidak hanya memberi keterampilan teknis, tetapi juga membuka ruang pemberdayaan. Peserta tidak sekadar belajar membuat minuman, tetapi juga belajar mengenali potensi bahan lokal, membaca peluang pasar, menjaga kualitas produk, serta membangun kepercayaan diri untuk terlibat dalam sektor hospitality. Hal ini menjadi semakin penting ketika peserta PKM berasal dari masyarakat muda lokal yang berada di sekitar destinasi wisata atau kawasan yang memiliki potensi pengembangan homestay.

Bagi kelompok muda, keterampilan barista dapat menjadi bekal produktif untuk mendukung pelayanan tamu, menciptakan produk khas, dan memperkuat daya saing usaha pariwisata berbasis masyarakat.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, kegiatan “Pelatihan Pembuatan Mont Blanc Berbasis Bahan Lokal untuk Penguatan Kompetensi Barista” dirancang sebagai program penguatan keterampilan yang memadukan aspek teknis, kreativitas, dan kearifan lokal. Mont Blanc dipilih karena memiliki karakter produk yang menarik untuk pembelajaran barista, yaitu memadukan unsur kopi, rasa segar, tekstur lembut, tampilan visual, dan peluang pengembangan sebagai minuman non-alkohol bernilai jual. Dalam pelatihan ini, Mont Blanc tidak hanya diposisikan sebagai produk minuman, tetapi juga sebagai media edukasi untuk memperkenalkan pentingnya bahan lokal dalam penciptaan produk hospitality yang memiliki identitas.

Penggunaan kopi lokal menjadi inti penting dalam pengembangan Mont Blanc. Kopi lokal bukan hanya bahan baku, tetapi juga bagian dari cerita sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat. Winarti et al. (2025) menjelaskan bahwa inovasi produk berbasis kopi lokal di Kintamani, Bali, memiliki potensi sebagai daya tarik gastronomi karena mampu menghubungkan produk pertanian, pengalaman kuliner, pariwisata, dan identitas lokal. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kopi dapat diolah tidak hanya sebagai komoditas konsumsi, tetapi juga sebagai bagian dari ekonomi kreatif dan penguatan daya tarik destinasi berbasis masyarakat.

Selain kopi lokal, penggunaan lemon lokal atau bahan citrus lokal menjadi elemen penting untuk memperkaya karakter rasa Mont Blanc. Lemon lokal menghadirkan kesegaran, aroma, dan keseimbangan rasa yang dapat memperkuat pengalaman sensorik konsumen. Secara konseptual, perpaduan kopi dan lemon lokal mencerminkan cara baru dalam membaca local wisdom: bukan hanya mempertahankan bahan lokal dalam bentuk tradisional, tetapi mengolahnya menjadi produk kreatif yang relevan dengan selera generasi muda, kebutuhan coffee shop, layanan homestay, dan industri pariwisata masa kini.

Penguatan bahan lokal dalam produk Mont Blanc juga sejalan dengan perkembangan kajian gastronomi. Barzallo-Neira dan Pulido-Fernández (2023) menjelaskan bahwa gastronomic tourism berkembang sebagai bidang kajian penting karena makanan dan minuman lokal tidak hanya berfungsi sebagai konsumsi, tetapi juga sebagai ekspresi budaya, pengalaman, dan identitas destinasi. Dalam konteks ini, Mont Blanc berbasis kopi lokal dan lemon lokal dapat dipahami sebagai produk yang menghubungkan keterampilan barista dengan nilai lokal, sehingga peserta pelatihan tidak hanya belajar membuat minuman yang enak, tetapi juga memahami makna bahan yang digunakan.

Lebih jauh, produk minuman berbasis bahan lokal perlu didukung dengan kemampuan storytelling. Nurwitasari et al. (2024) menegaskan bahwa promosi gastronomi yang efektif perlu mengintegrasikan daya tarik kuliner lokal, citra destinasi, dan storytelling agar mampu menciptakan pengalaman yang lebih bermakna bagi konsumen. Oleh karena itu, dalam pelatihan ini peserta diarahkan untuk mampu menjelaskan asal bahan, karakter kopi lokal, fungsi lemon lokal, teknik penyajian, serta nilai budaya yang melekat pada produk. Dengan cara ini, Mont Blanc tidak hanya menjadi minuman, tetapi juga menjadi narasi kecil tentang potensi lokal yang diolah secara kreatif.

Urgensi pelatihan ini semakin kuat karena peserta berasal dari masyarakat muda lokal yang diharapkan dapat berkontribusi pada kemajuan homestay. Homestay bukan hanya tempat menginap, melainkan ruang pertemuan antara tamu dan tuan rumah, tempat wisatawan merasakan keramahan, budaya, makanan, minuman, dan kehidupan lokal secara lebih dekat. Sianipar et al. (2026) menunjukkan bahwa pengelolaan homestay berbasis masyarakat dapat menjadi strategi inovatif untuk mendukung pariwisata pedesaan berkelanjutan melalui pemberdayaan masyarakat lokal, keterlibatan pemilik homestay, tokoh komunitas, dan pemangku kepentingan pariwisata.

Dalam konteks homestay, keterampilan membuat Mont Blanc berbasis kopi lokal dan lemon lokal dapat menjadi nilai tambah layanan. Produk ini dapat dikembangkan sebagai welcome drink, minuman sarapan, atau signature drink homestay yang membedakan pengalaman tamu dari akomodasi biasa. Ketika tamu disambut dengan minuman khas yang dibuat oleh masyarakat muda lokal, pengalaman menginap menjadi lebih personal, hangat, dan berkesan. Pada saat yang sama, generasi muda

memperoleh ruang aktualisasi untuk menunjukkan kreativitas, membangun komunikasi dengan tamu, dan memperkuat citra homestay sebagai akomodasi yang tidak hanya menyediakan kamar, tetapi juga menghadirkan pengalaman lokal.

Keterlibatan generasi muda dalam pengembangan pariwisata lokal memiliki urgensi strategis. Laporan APEC (2024) menekankan bahwa pembangunan pariwisata pedesaan memerlukan peningkatan kapasitas pemuda agar mereka memiliki keterampilan dan pengetahuan untuk terlibat dalam pengembangan serta promosi pariwisata berkelanjutan. Laporan tersebut juga menunjukkan bahwa salah satu tantangan keterlibatan pemuda dalam pariwisata pedesaan adalah terbatasnya pelatihan praktis berbasis pengalaman kerja. Oleh karena itu, pelatihan pembuatan Mont Blanc menjadi relevan karena memberikan pengalaman belajar langsung yang dapat diterapkan dalam praktik layanan homestay.

Selain aspek keterampilan, pelatihan ini juga mendukung penguatan identitas lokal destinasi. UN Tourism (2024) menempatkan desa wisata sebagai ruang yang perlu menjaga sumber daya budaya, alam, produk lokal, kewirausahaan, serta keberlanjutan ekonomi dan sosial. Sejalan dengan itu, Mont Blanc berbasis bahan lokal dapat menjadi bagian dari strategi kecil tetapi bermakna dalam memperkuat identitas homestay. Produk ini mempertemukan kopi lokal, lemon lokal, keterampilan pemuda, dan narasi hospitality dalam satu pengalaman minum yang sederhana, tetapi memiliki nilai edukatif dan ekonomi.

Dengan demikian, kegiatan Pelatihan Pembuatan Mont Blanc Berbasis Bahan Lokal untuk Penguatan Kompetensi Barista penting dilaksanakan karena menjawab empat kebutuhan utama. Pertama, kebutuhan peningkatan kompetensi barista melalui praktik pembuatan minuman yang terstandar. Kedua, kebutuhan inovasi produk non-alkohol yang menarik, mudah diterapkan, dan memiliki nilai jual. Ketiga, kebutuhan penguatan local wisdom melalui pemanfaatan kopi lokal dan lemon lokal. Keempat, kebutuhan pemberdayaan masyarakat muda lokal agar mampu berperan dalam kemajuan homestay. Melalui kegiatan ini, peserta diharapkan tidak hanya menjadi tenaga pendukung pariwisata, tetapi juga menjadi aktor kreatif yang mampu menghadirkan layanan, produk, dan pengalaman lokal yang lebih berkualitas.

2. METODE

Kegiatan Pelatihan Pembuatan Mont Blanc Berbasis Bahan Lokal untuk Penguatan Kompetensi Barista dilaksanakan di Lumbung Hills, Bali, pada tanggal 12 Juni 2026. Pelatihan ini diikuti oleh 15 peserta masyarakat muda lokal yang memiliki potensi untuk mendukung pengembangan layanan homestay berbasis komunitas. Metode pelatihan dirancang dengan pendekatan partisipatif, humanis, dan berbasis pengalaman langsung. Pendekatan ini dipilih karena keterampilan barista tidak dapat dibangun hanya melalui penyampaian teori, tetapi perlu dikembangkan melalui proses melihat, mencoba, memperbaiki, dan mengalami secara langsung. Dalam konteks pendidikan vokasional dan hospitality, pembelajaran yang melibatkan praktik nyata mampu membantu peserta memahami hubungan antara pengetahuan, keterampilan, sikap kerja, dan kebutuhan industri. Croft dan Wang (2025) menegaskan bahwa *experiential learning* dalam pendidikan hospitality dan pariwisata penting karena peserta belajar melalui keterlibatan aktif, kolaborasi, serta pemecahan masalah yang dekat dengan situasi kerja nyata.

Pelatihan ini dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu penjelasan, demonstrasi, dan praktik langsung. Ketiga tahapan tersebut disusun secara bertahap agar peserta, khususnya masyarakat muda lokal, tidak hanya memahami konsep pembuatan Mont Blanc, tetapi juga mampu membuat, menyajikan, dan menjelaskan nilai lokal dari produk tersebut. Model pelatihan ini sejalan dengan Balabuana et al. (2025), yang menunjukkan bahwa pelatihan barista berbasis praktik mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan meracik kopi, pemahaman potensi usaha, serta motivasi peserta untuk mengembangkan usaha di bidang kopi. Putri dan Pangestika (2025) juga menjelaskan bahwa pelatihan barista yang memadukan ceramah interaktif, demonstrasi, praktik, dan diskusi dapat memperkuat keterampilan teknis sekaligus kemandirian ekonomi masyarakat.

1. Tahap Penjelasan

Tahap penjelasan merupakan tahap awal yang bertujuan membangun pemahaman peserta mengenai konsep dasar barista, karakter produk Mont Blanc, pemanfaatan kopi lokal dan lemon lokal, serta relevansinya bagi pengembangan layanan homestay. Pada tahap ini, instruktur tidak hanya menyampaikan materi secara satu arah, tetapi juga mengajak peserta berdialog tentang pengalaman mereka, potensi bahan lokal di lingkungan sekitar, serta peluang produk minuman dalam mendukung pelayanan tamu.

Materi yang diberikan meliputi pengenalan alat dan bahan, fungsi kopi lokal dan lemon lokal dalam membentuk karakter rasa, standar resep, prinsip kebersihan kerja, teknik penyajian, serta pentingnya *storytelling* produk. Peserta juga diberi pemahaman bahwa Mont Blanc dapat dikembangkan sebagai *welcome drink*, minuman pendamping sarapan, atau *signature drink* homestay. Dengan demikian, peserta tidak hanya melihat Mont Blanc sebagai minuman, tetapi sebagai produk hospitality yang memiliki nilai rasa, identitas, dan pengalaman.

Secara humanis, tahap ini penting untuk menumbuhkan rasa percaya diri peserta. Masyarakat muda lokal diarahkan untuk menyadari bahwa bahan lokal yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, seperti kopi lokal dan lemon lokal, dapat diolah menjadi produk kreatif yang bernilai jual. Dalam konteks homestay, pemanfaatan bahan lokal juga dapat memperkuat pengalaman tamu karena wisatawan tidak hanya menikmati minuman, tetapi juga mengenal cerita, rasa, dan keramahan masyarakat setempat. Hal ini sejalan dengan Ferdian et al. (2025), yang menegaskan bahwa penguatan layanan makan dan minum berbasis pangan lokal dapat mendukung pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

2. Tahap Demonstrasi

Tahap demonstrasi dilakukan dengan memperagakan secara langsung proses pembuatan Mont Blanc oleh instruktur. Demonstrasi diberikan secara runtut, mulai dari persiapan alat, penyiapan bahan, penakaran, pencampuran, pembentukan tekstur, penyajian, hingga pemberian garnish. Pada tahap ini, peserta dapat mengamati cara kerja yang benar sebelum melakukan praktik secara mandiri.

Demonstrasi tidak hanya berfokus pada “bagaimana membuat minuman”, tetapi juga menjelaskan alasan di balik setiap langkah. Instruktur menjelaskan pentingnya ketepatan takaran kopi agar rasa tidak terlalu dominan, penggunaan lemon lokal agar rasa segar tetap seimbang, serta teknik penyajian agar tampilan minuman menarik dan layak disajikan kepada tamu. Penekanan juga diberikan pada kebersihan alat, kebersihan tangan, kerapian area kerja, dan sikap pelayanan. Dengan cara ini, peserta memahami bahwa kualitas produk minuman tidak hanya ditentukan oleh rasa, tetapi juga oleh proses kerja yang bersih, rapi, dan bertanggung jawab.

Dalam konteks homestay, demonstrasi juga diarahkan pada cara menyampaikan cerita produk kepada tamu. Peserta diberi contoh bagaimana menjelaskan bahwa Mont Blanc dibuat dari kopi lokal dan lemon lokal sebagai bentuk pemanfaatan potensi daerah. Kemampuan ini penting karena produk hospitality yang baik tidak hanya menawarkan rasa, tetapi juga menghadirkan pengalaman yang bermakna. Nurwitasari et al. (2024) menegaskan bahwa *storytelling* dalam gastronomi dapat memperkuat daya tarik kuliner lokal dan membangun pengalaman wisata yang lebih berkesan.

3. Tahap Praktik Langsung

Tahap praktik langsung menjadi inti dari pelatihan. Pada tahap ini, peserta diberi kesempatan membuat Mont Blanc secara individu atau berkelompok dengan pendampingan instruktur. Peserta mulai menyiapkan alat, mengukur bahan, mencampur kopi lokal dan lemon lokal, membentuk tekstur, menyajikan minuman, menambahkan garnish, serta menjelaskan nilai lokal dari produk yang mereka buat.

Praktik langsung memberi ruang bagi peserta untuk belajar secara alami. Mereka dapat mencoba, melakukan kesalahan kecil, menerima masukan, lalu memperbaiki hasilnya. Proses ini penting karena keterampilan vokasional terbentuk melalui pengalaman berulang dan pendampingan yang sabar.

Dalam pelatihan ini, peserta tidak hanya diarahkan untuk meniru instruktur, tetapi juga memahami standar kerja yang dapat diterapkan kembali dalam layanan homestay.

Bagi masyarakat muda lokal, praktik ini memiliki nilai pemberdayaan yang kuat. Peserta belajar bahwa mereka mampu menghasilkan produk minuman yang menarik, bersih, memiliki nilai lokal, dan berpotensi menjadi bagian dari layanan homestay. Fitriana et al. (2025) menjelaskan bahwa peningkatan kapasitas pengelola homestay melalui pelatihan berbasis kearifan lokal dapat memperkuat kualitas layanan, keterampilan pengelola, dan identitas destinasi. Oleh karena itu, praktik pembuatan Mont Blanc tidak hanya bertujuan menghasilkan produk, tetapi juga membangun kesiapan peserta untuk menjadi bagian dari pengembangan pariwisata lokal.

4. Evaluasi Pelatihan

Evaluasi dilakukan melalui observasi selama praktik, penilaian hasil produk, dan refleksi bersama. Instruktur menilai kemampuan peserta dalam mengikuti prosedur, menjaga kebersihan, menggunakan takaran yang tepat, menghasilkan rasa yang seimbang, menyajikan produk secara menarik, serta menjelaskan cerita bahan lokal. Evaluasi juga dilakukan melalui diskusi ringan agar peserta dapat menyampaikan pengalaman, kesulitan, dan ide pengembangan produk.

Evaluasi ini tidak dimaksudkan sebagai proses menilai benar atau salah semata, tetapi sebagai ruang belajar bersama. Peserta diberi umpan balik agar mampu memperbaiki teknik, meningkatkan rasa percaya diri, dan memahami peluang penerapan Mont Blanc dalam layanan homestay. Dengan demikian, keberhasilan pelatihan tidak hanya dilihat dari kemampuan peserta membuat minuman, tetapi juga dari meningkatnya kesadaran mereka terhadap potensi lokal dan peran mereka dalam memajukan homestay.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan Pelatihan Pembuatan Mont Blanc Berbasis Bahan Lokal untuk Penguatan Kompetensi Barista diikuti oleh 15 peserta yang berasal dari masyarakat muda lokal. Peserta merupakan kelompok sasaran yang memiliki potensi untuk mendukung pengembangan layanan homestay, khususnya melalui penyediaan minuman kreatif berbasis bahan lokal. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui tiga instrumen sederhana, yaitu pre-test dan post-test pengetahuan, observasi keterampilan praktik, serta penilaian kemampuan peserta dalam menjelaskan nilai lokal produk.

Secara umum, hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti tahapan penjelasan, demonstrasi, dan praktik langsung. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu membantu peserta memahami konsep barista secara lebih utuh, tidak hanya sebagai aktivitas membuat kopi, tetapi juga sebagai keterampilan hospitality yang mencakup standar resep, kebersihan kerja, penyajian produk, dan komunikasi kepada tamu. Temuan ini sejalan dengan Balabuana et al. (2025), yang menunjukkan bahwa pelatihan barista berbasis praktik dapat meningkatkan pengetahuan dasar, keterampilan meracik kopi, dan motivasi peserta dalam mengembangkan potensi usaha kopi.

3.1 Peningkatan Pengetahuan Peserta

Berdasarkan hasil evaluasi pengetahuan, rata-rata nilai pre-test peserta adalah 55,3, sedangkan rata-rata nilai post-test meningkat menjadi 84,7. Dengan demikian, terjadi kenaikan sebesar 29,4 poin. Dengan demikian, pengetahuan peserta mengalami peningkatan sebesar 53,2% setelah mengikuti pelatihan. Peningkatan ini memperlihatkan bahwa peserta mulai memahami fungsi kopi lokal dan lemon lokal, standar dasar pembuatan Mont Blanc, prinsip kebersihan kerja, serta peluang penerapan produk sebagai minuman pendukung layanan homestay. Sebelum pelatihan, sebagian peserta masih memahami barista secara sederhana sebagai pembuat kopi. Setelah pelatihan, peserta mulai

memahami bahwa barista juga berkaitan dengan kreativitas produk, kualitas layanan, dan kemampuan membangun pengalaman tamu.



Gambar 1. Barista memberikan penjelasan



Gambar 2. Peserta mengikuti kegiatan

3.2 Peningkatan Keterampilan Praktik

Selain pengetahuan, keterampilan peserta juga mengalami peningkatan. Berdasarkan observasi praktik, rata-rata keterampilan awal peserta berada pada skor 58,0, sedangkan setelah praktik dan pendampingan meningkat menjadi 87,3. Dengan demikian, terjadi kenaikan sebesar 29,3 poin atau 50,5%. Peningkatan keterampilan terlihat dari kemampuan peserta dalam menyiapkan alat, mengukur bahan, mencampur kopi lokal dan lemon lokal, membentuk tekstur, menambahkan garnish, serta menyajikan produk secara lebih rapi dan menarik. Pada awal praktik, beberapa peserta masih ragu dalam menentukan takaran dan menjaga keseimbangan rasa antara kopi, lemon, manis, dan creamy. Namun, setelah demonstrasi dan pendampingan, peserta mulai mampu mengikuti prosedur dengan lebih tertib dan menghasilkan produk yang lebih konsisten.

Hal ini menunjukkan bahwa metode praktik langsung sangat relevan dalam pelatihan barista. Croft dan Wang (2025) menegaskan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman dalam bidang hospitality membantu peserta memahami keterampilan melalui keterlibatan langsung, kolaborasi, dan refleksi terhadap praktik nyata.



Gambar 3. Peserta praktik langsung



Gambar 4. Suasana kegiatan praktik peserta

3.3 Perubahan Kategori Kompetensi Peserta

Peningkatan juga terlihat dari jumlah peserta yang mencapai kategori baik. Sebelum pelatihan, hanya 4 dari 15 peserta atau 26,7% yang memiliki pemahaman baik tentang barista, bahan lokal, dan konsep Mont Blanc. Setelah pelatihan, jumlah tersebut meningkat menjadi 13 dari 15 peserta atau 86,7%. Artinya, terjadi peningkatan sebesar 60,0 percentage points. Data tersebut menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya berdampak pada aspek teknis, tetapi juga pada pemahaman nilai lokal produk. Peserta mulai mampu menjelaskan bahwa Mont Blanc dibuat dengan memanfaatkan kopi lokal dan lemon lokal sebagai bentuk penguatan local wisdom. Kemampuan ini penting karena dalam layanan homestay, produk minuman tidak hanya dinilai dari rasa, tetapi juga dari cerita, keramahan, dan pengalaman yang diberikan kepada tamu.

Pembahasan

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa metode penjelasan, demonstrasi, dan praktik langsung efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat muda lokal. Kenaikan pengetahuan sebesar 53,2% dan keterampilan sebesar 50,5% memperlihatkan bahwa peserta lebih mudah memahami materi ketika pembelajaran dilakukan secara bertahap, aplikatif, dan dekat dengan kebutuhan nyata mereka. Tahap penjelasan membantu peserta memahami konsep dasar barista, bahan lokal, standar resep, dan peluang produk dalam layanan homestay. Demonstrasi memberikan contoh teknis yang jelas, sedangkan praktik langsung memberi ruang bagi peserta untuk mencoba, memperbaiki, dan membangun kepercayaan diri.

Temuan ini menegaskan bahwa pelatihan vokasional di bidang hospitality perlu menekankan pengalaman praktik, bukan hanya penyampaian teori. Keterampilan barista terbentuk melalui pengenalan alat, pemilihan bahan, ketepatan takaran, pengendalian rasa, kebersihan kerja, penyajian produk, dan komunikasi dengan tamu. Oleh karena itu, peningkatan keterampilan peserta menunjukkan bahwa praktik langsung berperan penting dalam membangun kompetensi teknis, khususnya bagi peserta yang belum memiliki pengalaman barista sebelumnya.

Dari sisi produk, Mont Blanc berbasis kopi lokal dan lemon lokal terbukti relevan sebagai media pelatihan. Produk ini mudah dipelajari oleh pemula, tetapi tetap memberi ruang kreativitas dalam rasa, tekstur, garnish, tampilan visual, dan storytelling. Kopi lokal menjadi identitas utama produk, sedangkan lemon lokal memberi kesegaran dan karakter rasa yang khas. Perpaduan keduanya memperlihatkan bahwa bahan lokal dapat dikembangkan menjadi minuman modern yang sesuai dengan kebutuhan homestay, coffee shop, dan layanan hospitality berbasis masyarakat.

Kemampuan peserta dalam menjelaskan nilai lokal produk juga meningkat, dari 20,0% sebelum pelatihan menjadi 73,3% setelah pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya mampu membuat minuman, tetapi juga mulai memahami pentingnya narasi produk. Mereka dapat menjelaskan bahwa Mont Blanc menggunakan kopi lokal dan lemon lokal sebagai bagian dari identitas daerah. Dalam konteks gastronomi, storytelling penting karena mampu memperkuat hubungan antara produk, budaya lokal, dan pengalaman wisatawan (Nurwitasari et al., 2024).

Kegiatan ini juga relevan dengan pengembangan homestay. Homestay tidak hanya membutuhkan kamar yang bersih dan nyaman, tetapi juga layanan yang hangat, personal, dan mencerminkan identitas lokal. Melalui keterampilan membuat Mont Blanc, masyarakat muda lokal dapat menghadirkan welcome drink, minuman sarapan, atau signature drink homestay. Produk sederhana ini dapat memberi nilai tambah karena tamu tidak hanya menikmati minuman, tetapi juga mengenal cerita bahan lokal, kreativitas pemuda, dan keramahan masyarakat setempat.

Dengan demikian, pelatihan pembuatan Mont Blanc berbasis kopi lokal dan lemon lokal tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis barista, tetapi juga memperkuat kesadaran peserta terhadap potensi daerahnya. Kegiatan ini menjadi ruang belajar yang mempertemukan keterampilan, kreativitas, local wisdom, dan kebutuhan hospitality. Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, pelatihan ini dapat menjadi strategi pemberdayaan masyarakat muda lokal sekaligus mendukung kemajuan homestay berbasis komunitas.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pelatihan barista berbasis bahan lokal dapat menjadi ruang belajar yang bermakna bagi masyarakat muda lokal dalam meningkatkan kapasitas, kepercayaan diri, dan kreativitas di bidang hospitality. Melalui tahapan penjelasan, demonstrasi, dan praktik langsung, peserta tidak hanya memahami proses teknis pembuatan Mont Blanc, tetapi juga belajar mengenai pentingnya pemanfaatan bahan lokal, standar kebersihan, penyajian produk, serta kemampuan menyampaikan cerita produk kepada tamu.

Pelatihan yang diikuti oleh 15 peserta ini menunjukkan adanya peningkatan positif pada aspek pengetahuan dan keterampilan praktik. Pengetahuan peserta meningkat sebesar 53,2%, sedangkan

keterampilan praktik meningkat sebesar 50,5% setelah pelatihan. Selain itu, jumlah peserta dengan kategori pengetahuan baik meningkat dari 26,7% menjadi 86,7%, sementara peserta dengan keterampilan praktik kategori baik meningkat dari 33,3% menjadi 80,0%. Kemampuan peserta dalam menjelaskan nilai lokal produk juga meningkat dari 20,0% menjadi 73,3%. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran yang partisipatif dan berbasis praktik efektif dalam membantu peserta memahami, menerapkan, dan mengomunikasikan produk dengan lebih percaya diri.

Pemanfaatan kopi lokal dan lemon lokal dalam produk Mont Blanc juga memperlihatkan pentingnya kearifan lokal dalam inovasi produk hospitality. Peserta belajar bahwa bahan lokal dapat diolah menjadi minuman non-alkohol yang modern, menarik, dan memiliki nilai jual tanpa kehilangan identitas daerah. Dalam konteks ini, Mont Blanc tidak hanya hadir sebagai minuman, tetapi juga sebagai media untuk memperkenalkan cita rasa lokal, cerita lokal, dan kreativitas masyarakat kepada tamu.

Kegiatan ini juga relevan dengan pengembangan layanan homestay. Dengan keterampilan membuat Mont Blanc, masyarakat muda lokal dapat berkontribusi dalam meningkatkan pengalaman tamu melalui layanan sederhana namun bermakna, seperti welcome drink, minuman pendamping sarapan, atau signature drink homestay. Produk ini dapat memperkuat identitas homestay karena tidak hanya menawarkan pelayanan, tetapi juga menghadirkan rasa tempat, keramahan, dan karakter lokal.

Secara keseluruhan, pelatihan ini menegaskan bahwa pemberdayaan masyarakat muda melalui inovasi minuman berbasis bahan lokal dapat mendukung peningkatan kompetensi hospitality, pengembangan produk lokal, dan penguatan layanan pariwisata berbasis masyarakat. Ke depan, program serupa dapat dikembangkan melalui pelatihan lanjutan mengenai perhitungan harga jual, standardisasi resep, pengemasan, promosi digital, dan komunikasi layanan agar Mont Blanc dapat berkembang sebagai produk minuman lokal yang memiliki nilai ekonomi dan daya tarik wisata yang lebih kuat.

REFERENSI

- Asia-Pacific Economic Cooperation. (2024). *Youth involvement in the development of sustainable and safe tourism in rural areas of APEC economies*. Asia-Pacific Economic Cooperation.
- Balabuana, G. B., Akbar, M. A., Salim, M., Rahawarin, A. R., Alam, S. N., Bugis, A. B., & Numberi, L. C. (2025). Pelatihan barista menggunakan metode *on the job training* di Kedai Kopi Meja Kopi Jayapura. *Jurnal Dinamika Pengabdian*, 10(3), 399–404. <https://doi.org/10.20956/jdp.v10i3.39806>
- Barzallo-Neira, C., & Pulido-Fernández, J. I. (2023). Identification of the main lines of research in gastronomic tourism: A review of the literature. *Sustainability*, 15(7), Article 5971. <https://doi.org/10.3390/su15075971>
- Croft, C., & Wang, W. (2025). Hospitality and tourism experiential learning combined with interdisciplinary learning. *Journal of Hospitality & Tourism Education*. <https://doi.org/10.1080/10963758.2023.2295549>
- Ferdian, F., Yulastri, A., Ravelby, T. A., Wulandari, N., Wirdawati, A., Angraini, E., Asri, R. R., & Ayu, T. L. P. (2025). Pemberdayaan masyarakat dalam penyediaan makan dan minum berbasis pangan lokal untuk mendukung ASEAN Community Based Tourism. *Community Development Journal*, 6(5), 5736–5742.
- Fitriana, R., Putri, N. M. D. R., Harwindito, B., Noviadi, A., & Maryetti. (2025). Peningkatan kapasitas pengelola homestay melalui pelatihan manajemen berbasis kearifan lokal desa wisata. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 3(2), 69–78. <https://doi.org/10.35912/jamu.v3i2.5263>
- Nurwitasari, A., Gaffar, V., Wibowo, L. A., & Sultan, M. A. (2024). Gastronomy tourism promotion: The uniqueness of culinary attraction and storytelling. *Society*, 12(2), 943–960. <https://doi.org/10.33019/society.v12i2.758>
- Putri, N. W., & Pangestika, M. A. (2025). Manajemen pelatihan pengelolaan barista dalam upaya peningkatan keterampilan dan kemandirian ekonomi masyarakat. *JAMET: Jurnal AbdiMas*

Ekonomi Terapan, 3(1), 42–48.

- Sianipar, R., Juliana, Hubner, I. B., Lemy, D. M., & Pramezwary, A. (2026). Empowering local communities through homestay management: An innovative strategy for sustainable rural tourism in Yogyakarta. *Societies*, 16(1), Article 34. <https://doi.org/10.3390/soc16010034>
- UN Tourism. (2024). *Best Tourism Villages by UN Tourism: Version 6.0*. United Nations Tourism.
- Winarti, N. K., Yeni, N. P. H. A., Ananda, K. T. D., & Prameswari, A. A. S. M. (2025). Local coffee-based product innovation as a new attraction for gastronomic tourism. *Journal Management and Hospitality*, 2(2), 44–49. <https://doi.org/10.61857/jmh.v2i2.178>
- Croft, C., & Wang, W. (2025). Hospitality and tourism experiential learning combined with interdisciplinary learning. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 37(3), 276–287. <https://doi.org/10.1080/10963758.2023.2295549>
- Nurwitasari, A., Gaffar, V., Wibowo, L. A., & Sultan, M. A. (2024). Gastronomy tourism promotion: The uniqueness of culinary attraction and storytelling. *Society*, 12(2), 943–960. <https://doi.org/10.33019/society.v12i2.758>

