

---

## TATA KELOLA KEUANGAN DAN DIGITALISASI SISTEM PEMASARAN DI HEYOU COFFEE

Ni Putu Ayu Mirah Mariati<sup>1,\*</sup>, I Wayan Sudiarsa<sup>2</sup>, Gusti Ngurah Odik Pratama<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas PGRI Mahadewa Indonesia, Bali, 80235, Indonesia

\*Email: [ayumirahmariati@unmas.ac.id](mailto:ayumirahmariati@unmas.ac.id)

### ABSTRAK

HEYOU COFFEE merupakan suatu UMKM yang bergerak dibidang makanan atau kuliner dimana tempat makan ini menyediakan berbagai jenis hidangan lokal maupun *western food*. Pada kesempatan kali ini melalui pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan membantu UMKM melalui beberapa program yang telah disusun dan didiskusikan bersama pihak-pihak yang berkepentingan. Pembekalan pembukuan berupa penerapan tata kelola keuangan dan digitalisasi promosi dipilih dalam upaya untuk membantu perkembangan UMKM tersebut. Kegiatan ini disambut dengan hasil yang positif dimana dengan adanya pembekalan tentang tata kelola keuangan HEYOU COFFEE lebih mudah untuk melihat kondisi keuangan usahanya agar kedepannya menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan financial. Dan adanya Digitalisasi promosi melalui sosial media mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat pada coffee shop ini yang secara tidak langsung meningkatkan penjualan dari HEYOU COFFEE sendiri.

**Kata Kunci:** Tata kelola keuangan, Digitalisasi promosi

### ANALISIS SITUASI

HEYOU COFFEE merupakan salah satu UMKM dari masyarakat lokal yang terletak di Jl. Banjar Tatiapi No.01 Pejeng Kawan, Kec. Tampaksiring, Kabupaten Gianyar, Bali. UMKM ini bergerak dibidang kuliner dimana tempat makan ini mengambil tema makanan lokal dan *western food*. HEYOU COFFE menyediakan mulai dari menu sarapan, makan siang, hingga makan malam yang cocok di lidah lokal maupun turis asing. Harga makanan yang tergolong terjangkau menjadikan tempat makan ini diminati oleh turis lokal maupun turis asing. Lokasinya yang terbilang cukup strategis dikelilingi villa-villa dan dekat dengan jantung kota Ubud juga menjadikan faktor pendukung berkembangnya tempat makan ini.

Lokasi yang strategi dan akses yang cukup memadai ini menjadikan HEYOU COFFE memiliki potensi untuk berkembang kedepannya, seiring dengan perkembangan ini analisis-analisis perlu dilakukan untuk tetap mempertahankan eksistensi dan mengembangkan lebih lanjut UMKM ini. salah satu faktor yang paling berpengaruh untuk berkembangnya suatu UMKM adalah dengan pengelolaan keuangan perusahaan yang baik sehingga mampu menjadi bahan evaluasi kedepannya baik untuk keputusan bisnis

maupun keputusan-keputusan lainnya (Atmaja, 2021). Seperti dengan adanya pencatatan yang baik, sehingga pemilik akan tau kapan harus mengembangkan usahanya dan di bagian mana yang dirasa kurang baik pada saat itu. Pencatatan keuangan memiliki peranan yang penting untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan, pengeluaran setiap harinya, penjualan hari itu dan berapa persen keuntungan yang telah didapat apakah mampu menutupi biaya oprasional perusahaan atau tidak.

Tidak hanya pencatatan keuangan yang perlu diperhatikan tingkat persaingan juga harus diperhatikan maraknya coffee shop saat ini terutamanya di daerah Ubud menjadi tantangan sendiri bagi para Owner untuk memperhatikan eksistensi coffee shop mereka. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mempertahankan eksistensinya adalah dengan gencar melakukan promosi di sosial media yang sedang naik daun (Febrianti, 2022). Sosial media saat ini dapat dijadikan ajang promosi secara percuma bagi seluruh pelaku bisnis. Dengan adanya digitalisasi marketing diharapkan banyak orang akan mengenal usaha yang sedang dibangun dan menjadikan tempat tersebut menjadi destinasi liburan akhir pekan mereka.

## **PERUMUSAN MASALAH**

Kurangnya sistem tata kelola keuangan dan promosi yang dilakukan untuk memaksimalkan pendapatan dan memperluas ajang promosi. Maka dapat dirumuskan masalah berikut:

1. Kurangnya maksimalisasi sistem tata kelola keuangan untuk meminimalisir adanya kebocoran dana yang tidak masuk ke dalam pencatatan
2. Kurangnya maksimalisasi di bidang promosi di bidang sosial media untuk memperkenalkan HEYOU COFFEE ke masyarakat umum

## **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Dalam upaya memaksimalkan tata kelola keuangan dan promosi yang akan dilakukan perlu diadakan suatu pengenalan sistem tata kelola keuangan yang mmudah dipahami serta lebih gencar mengadakan promisi di sosial media. Maka solusi yang diberikan yaitu memperkenalkan sistem tata kelola keuangan berbasis digital yang bisa di unduh pada alat elektronik bernama “Teman Bisnis” Dan mengadakan beberapa video promosi di sosial media untuk menjadi ajang promosi bagi HEYOU COFFEE.

## **METODE PELAKSANAAN**

- a. Metode observasi

Pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara sistematis rencana program yang akan dilakukan di perusahaan. Pada metode ini penulis turun langsung untuk mengamati secara langsung di Lokasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Data yang diperlukan dalam metode pengamatan ini adalah upaya pengenalan tata kelola keuanga melalui aplikasi “TEMAN BISNIS” dan promosi apa saja yang telah dilakukan HEYOU COFFEE.

- b. Metode perencanaan program  
Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi, mahasiswa turun langsung pada lingkungan Restaurant serta melakukan konsultasi dengan pemilik, karyawan serta dosen pembimbing, maka dapat direncanakan suatu program yang diharapkan dapat membantu permasalahan yang ada pada HEYOU COFFEE.
- c. Metode pelaksanaan program  
Dalam pelaksanaan program Kegiatan Pengabdian Masyarakat, program kerja yang telah disepakati dan direncanakan dilakukan di HEYOU COFFEE sesuai dengan program kerja dan waktu pelaksanaan yang telah ditentukan.
- d. Metode dokumentasi  
Metode dokumentasi merupakan salah satu bentuk pengumpulan data yang paling mudah di dalam Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Dalam hal ini dokumentasi diperlukan sebagai bukti bahwa berjalannya Program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di lokasi.
- e. Metode evaluasi  
Pembenahan akhir dan pemantauan pada pelaksanaan tugas yang telah dilaksanakan.
- f. Penyusunan laporan  
Pembuatan laporan sebagai rekomendasi untuk HEYOU COFFEE kedepannya karena laporan tersebut merupakan rangkuman dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan.

## HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut merupakan hasil realisasi dan dokumentasi ketercapaian program kerja:

1. Memperkenalkan aplikasi “Teman Bisnis” sebagai upaya untuk memaksimalkan Tata Kelola Keuangan. Dalam agenda ini memberikan tambahan pengetahuan kepada pemilik dan karyawan untuk menggunakan aplikasi “Teman Bisnis” untuk mempermudah dalam kegiatan pencatatan keuangan serta mempermudah melihat kondisi keuangan restaurant.



**Gambar 1.** Proses pengenalan aplikasi



**Gambar 2.** Aplikasi Teman Bisnis

- Melakukan ajang promosi di sosial media seperti Instagram dan Tiktok seperti membuat video singkat terkait restaurant HEYOU COFFEE.



Gambar 3. Promosi Tiktok



Gambar 4. Promosi Instagram

## SIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan yang didapat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pengenalan aplikasi “Teman Bisnis” sangat membantu HEYOU COFFEE untuk pencatatan keuangan seperti transaksi sehari-hari, ketersediaan bahan baku dan keadaan keuangan perusahaan saat ini. Promosi sangat diperlukan untuk menambah laba dari HEYOU COFFEE tersebut. Saran yang dapat diberikan yaitu pencatatan laporan keuangan harus sangat di perhatikan dalam segala jenis usaha karena dengan pencatatan dan pelaporan keuangan yang baik pemilik mampu mengambil tindakan yang tepat bagi usaha yang sedang mereka jalankan. Serta promosi harus dilakukan secara rutin oleh berbagai pihak yang terlibat dalam suatu perusahaan, dimaksudkan agar usaha tersebut terus berkembang dan memperoleh peningkatan laba. Serta pemberian pengetahuan tentang digitalisasi yang ada kepada para karyawan guna meningkatkan sumber daya manusia yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, Eka Hanung, Jalunggono, Gentur & Verawati, Dian Marlina. 2021. Pelatihan Laporan Keuangan Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM. Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis, Vol 1. No 1. Hal 1-5
- Darnis Febriyanti, Azdy Rezania 2019. Pemanfaatan media informasi website promosi (e-commerce) sebagai upaya peningkatan pendapatan UMKM desa Pedado.
- Febrianti, Ranti, Nuraini, Putri & Firmansyah Ricky. 2022. Strategi Promosi pada Aplikasi Tiktok untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. Jurnal ekonomi perjuangan (JUMPER). Vol 4. No 2.

Hendrawan, Aria, Handayani, Titis & Hidayati, Nurtriana. 2019. Pengelolaan Sistem pembukuan Proses Bisnis Unit Usaha Micro Kecil Dan Mengah (UMKM) Kota Serang Berbasis Website. Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ.

Nasution narlaila, tambunan Agustina. 2020. PKM (pengabdian kepada masyarakat) pengaruh promosi terhadap hasil wirausaha studi kasus koperasi agro rimba nusantara (AGRINA). Vol 2. No. 3.