

Pengembangan Sumber Daya Berbasis Teknologi Digital, Pelaporan Keuangan, Pemasaran dan Pengelolaan SDM Bisnis Kuliner Lokal

Putu Gede Wisnu Permana Kawisana¹ | Ni Kd Sioaji Yamawati¹ |
I Gde Agung Wira Pertama¹

1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa, Denpasar Bali

Correspondence address to:

Putu Gede Wisnu Permana Kawisana,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Warmadewa, Denpasar Bali

Email address:

permanaunwar@gmail.com

Abstract- *Mas Ubud Village is not only known as a center for wooden arts and crafts, but also presents a culinary experience rich with local wisdom and authentic Balinese flavors. So far, processed Ubud duck has become a typical local food for upscale tourists, while micro, small and medium culinary businesses (MSMEs) such as street food also have great potential in reaching international markets such as tourism countries in Asia: Thailand, Korea, Japan and others. . Waring Kuah Pindang, located in Mas village, Ubud, is a culinary business in the middle of rice fields with typical Balinese architecture, namely a bale with a thatched roof that serves Balinese street food (local Balinese cuisine) as the main menu which is actually able to attract the attention of domestic and international tourists. Apart from that, this place has great potential for superior business development progress. Apart from the smooth running of the business and consumer interest, there are problems faced by partners while running the business. This problem was summarized by the service team as follows. 1) Financial recording is still manual and not systemized, 2) Partners have the potential to reach the international market share but do not have the knowledge and abilities, 3. Low employee performance is motivated by unclear job desks and non-skilled recruitment processes. The solutions offered to partners include: 1) Training in recording financial transactions and providing a digitalized financial recording system, 2) Socialization and assistance for international marketing management in foreign languages through digitalization in reaching international markets, 3) Socialization and assistance for HR development in improving employee performance to advance service quality.*

Keywords: *bali street food; digitalized financial recording; international marketing management; human resources development*



This article published by, Universitas Warmadewa is open access under the term of the Creative Common, CC-BY-SA license

PENDAHULUAN

Berjarak kurang lebih dua puluh lima kilometer dari Kota Denpasar, atau sekitar lima kilometer dari Kota Gianyar, Desa Mas Ubud adalah sebuah kawasan yang memikat di tengah-tengah keindahan pulau Bali, Indonesia. Desa ini dikenal sebagai salah satu pusat seni dan kerajinan kayu terkemuka di Bali, menarik wisatawan dan pecinta seni dari seluruh dunia. Selain seni dan kerajinan, Desa Mas Ubud juga dikenal sebagai tempat yang memelihara kehidupan tradisional dan menyajikan pengalaman kuliner yang kaya dengan kearifan lokal dan cita rasa autentik Bali. Di antara seni ukir kayu yang mengagumkan, pengunjung dapat menemukan warung-warung kecil dan kedai-kedai yang menyajikan berbagai hidangan lezat khas Bali. Pertama-tama, aroma mengoda berasal dari warung-warung nasi dan warung makan tradisional yang tersebar di sepanjang jalanan Desa Mas. Di sini, wisatawan dapat menikmati hidangan Bali yang otentik seperti nasi campur, nasi babi guling, dan bebek betutu. Setiap hidangan dipersiapkan dengan menggunakan bumbu khas Bali, memberikan cita rasa yang kaya dan unik. Selain hidangan utama, Desa Mas juga menawarkan berbagai kudapan tradisional Bali. Warung-warung kecil menjajakan jajanan seperti jaja Bali (kue tradisional), klepon (ketan isi kelapa), dan lainnya. Pengunjung dapat mencoba berbagai pilihan kue yang lezat sambil menikmati suasana pedesaan yang tenang.

Restoran Warung Kuah Pindang, merupakan bisnis kuliner yang berlokasi di Desa Mas, Ubud, Gianyar. Mitra memulai bisnis ini di tahun 2019, yang mana bisnis kuliner ini dibuka oleh mitra untuk menjaga kearifan lokal dengan mengangkat menu-menu kuliner street food khas Bali seperti berbagai mancam jenis tipat, bulung dan rujak dari berbagai daerah. Lokasi bisnis kuliner mitra yaitu di tengah desa berkawasan villa dan sekolah internasional yang dikelilingi sawah. Desain arsitektur yang berciri khas Bali seperti penggunaan patung-patung batu dan kayu bale presmanan serta atap alang-alang mengintegrasikan konsep bisnis mitra yang mengangkat produk kuliner ciri khas bali yang autentik dalam menjaga kearifan lokal. Sejak usaha ini dibuka, Mitra berpegang teguh pada konsep kulineranya dengan menjaga ciri khas makanan street food Bali walaupun dipengaruhi oleh pergerakan ekonomi yang cepat dengan kemajuan teknologi namun selain menambah menu-menu baru, mitra tetap mengutamakan kuliner tradisional sebagai visi awal. Bisnis kuliner ini sebenarnya memiliki potensi besar dalam pengembangannya terlebih lagi dari kesiapan konsep yang mendukung serta lokasi yang strategis, namun kesiapan sumber daya manusia yang sangat kurang menyebabkan bisnis ini hanya mencakup pasar lokal saja. Kurangnya pengetahuan akan manajemen pemasaran internasional, penggarapan laporan keuangan yang baik serta pengembangan SDM kepada para karyawan memvisualisasikan bahwa ketidaksiapan mitra dalam mencakup pangsa pasar internasional dalam tourism tidak dapat dikakukan. Sementara itu Kemajuan teknologi digital di era globalisasi harus diimbangi dengan adanya kemampuan dalam pemanfaatan kemajuan IPTEK pada manajemen bisnis. Berdasarkan pemaparan analisis situasi di atas, tim pengabdian meggaris-bawahi permasalahan yang dihadapi mitra yang bergerak di bidang ekonomi produktif, serta coba diatasi melalui Program Kemitraan Masyarakat.

METODE

Kegiatan tahap awal Program Kemitraan Masyarakat 2021 dilakukan dengan turun ke lokasi untuk melakukan survey ke Desa Landih. Tahap berikutnya menentukan pertimbangan kelayakan mitra disesuaikan dengan kriteria dari Program Kemitraan Kepada Masyarakat 2021 yang mengacu pada Buku Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat RISTEK-BRIN Edisi XIII dimana mitra pengabdian adalah masyarakat yang produktif secara ekonomi atau Industri Rumah Tangga dengan kepemilikan bersifat individu/perseorangan dengan karyawan minimal 4 orang, mengalami permasalahan di bidang ekonomi seperti bidang produksi, pemasaran, dan bidang akuntansi, serta mitra mengalami permasalahan minimal dua kepakaran berbeda. Setelah melalui beberapa pertimbangan kelayakan disesuaikan dengan kriteria tersebut maka kami menjadikan Kadek Supriadi sebagai mitra pengabdian atas usaha kulineranya

Bidang Akuntansi (Pelatihan Pencatatan Transaksi Keuangan serta Penyediaan Sistem Pencatatan Keuangan Ter-digitalisasi)

Berangkat dari permasalahan yang dihadapi oleh mitra terkait keterbatasan kemampuan dalam hal pencatatan transaksi keuangan khususnya dalam hal penentuan aliran kas masuk dan keluar, maka solusi yang kami tawarkan adalah berupa sosialisasi dan pelatihan pencatatan transaksi keuangan. Dibekali latar belakang pendidikan profesi sebagai Akuntan (Ak) serta terkualifikasi sebagai akuntan professional sesuai panduan standar internasional dengan label *Chartered Accountant* (CA), maka program sosialisasi dan pelatihan pencatatan transaksi keuangan serta pelatihan sistem pembukuan ter-digitalisasi dilaksanakan oleh ketua pengabdian. Dalam prosesnya, program kerja ini juga akan dibantu oleh anggota I dalam hal pendampingan mitra apabila mengalami kesulitan ketika sosialisasi dilaksanakan.

Tahapan pelaksanaan program kerja ini yaitu pada tahap awal ketua pengabdian mempersiapkan materi tentang catatan kas harian. Apabila dirinci materi yang diberikan yakni pertama terkait penentuan saldo awal operasi. Kemudian tahap berikutnya adalah pencatatan aliran kas masuk yang terkait dengan aktivitas usaha seperti pendapatan usaha. Tahap berikutnya adalah pencatatan dan pengklasifikasian aliran kas keluar misalnya pembelian bahan baku atau bahan pembantu/penolong.

Pelatihan Dan Pendampingan Manajemen Pemasaran Internasional Berbahasa Asing Melalui Digitalisasi Dalam Menaikkan Brand Image Dan Menjangkau Pasar Internasional

Tahap yang dilakukan berupa pelatihan kepada mitra mengenai konsep dasar manajemen pemasaran internasional, termasuk strategi pemasaran, analisis pasar global, identifikasi target pasar internasional, dan pengembangan rencana pemasaran yang relevan dengan konteks internasional. Pemanfaatan kemajuan teknologi digital di era globalisasi merupakan bentuk relevansi marketing dalam upaya memasarkan produk khususnya untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan lebih berfokus pada foto atau gambar. Program ini akan menyediakan pelatihan atau sumber daya untuk mempelajari bahasa asing yang relevan dengan pasar target yaitu termasuk pelatihan komunikasi pelayanan sebagai komunikasi dasar, penerjemahan menu kuliner dalam bahasa asing, dan pemahaman tentang budaya dan kebiasaan konsumen dalam pasar yang dituju. Selain itu, digitalisasi merupakan kunci dalam mencapai audiens internasional. Program ini akan membantu bisnis dalam memanfaatkan platform digital seperti media sosial, situs web, dan platform e-commerce termasuk menu digital berupa barcode.

Sosialisasi Dan Pendampingan Pengembangan SDM Dalam Peningkatan Kinerja Karyawan Untuk Memajukan Kualitas Layanan

Pada tahapan pengembangan sumber daya manusia, kinerja karyawan akan ditingkatkan melalui pelatihan. Pada program ini *job desk* akan dibuat detail bagi masing-masing karyawan sesuai posisi dengan kelengkapan *duty* masing-masing personalia. Karyawan dengan *job desk* yang telah tersedia akan disesuaikan kemampuan dan ditraining skill pengembangan SDM sehingga kinerja karyawan dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik. Hal ini nantinya juga dapat memberikan benefit dalam proses rekrutmen di masa mendatang. Selain itu, karena target pasar internasional, maka pendampingan bahasa asing akan diberikan dalam mencapai target pasar internasional. Dengan adanya kesiapan SDM pada pasar yang lebih luas maka peluang-peluang baru nantinya dapat diraih dan pengimplementasian manajemen pun akan lebih terarah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai tahap awal bentuk realisasi pengabdian kepada masyarakat ini, kami berangkat dari perencanaan yang telah disusun sebelumnya. Pertama dilakukan persiapan terkait materi yang akan disampaikan dan diberikan kepada mitra pengabdian. Ketua beserta anggota berusaha mempersiapkan materi mengenai pentingnya pencatatan dan pengelolaan keuangan dalam bentuk buku hard copy maupun e-book yang menyangkut tentang pentingnya pengelolaan keuangan sederhana yang harus dilakukan. Selanjutnya ketua berusaha Berkordinasi Bersama mitra untuk dapat menentukan jadwal pelatihan sosialisasi dan pendampingan. Ketua juga mempersiapkan segala sarana pendukung dilaksanakannya pengabdian ini seperti laptop, alat tulis, kamera serta handout, buku praktik terkait materi yang akan disampaikan.

Kami juga mendapatkan beberapa informasi tambahan yang lebih spesifik terkait keinginan dari mitra, Dimana dalam pelaporan keuangan, masih belum bisa menentukan harga pokok dari menu makanan yang telah dijual, selain itu karyawan yang ada usaha mitra juga masih menjalankan fungsi ganda dalam melaksanakan tugasnya. Sehingga SOP menjadi dasar yang penting untuk dipaparkan oleh tim PKM. Dari segi pemasaran, potensi yang perlu dikembangkan lagi perlu diberikan materi tentang strategi marketing yang bisa mengambil konsumen asing.



Gambar 1. Foto Kunjungan pada mitra (Diskusi Persiapan Pemaparan materi)

Berdasarkan pertemuan di tgl 18 Mei 2024 telah disepakati untuk mengadakan sosialisasi Pelatihan Pencatatan Transaksi Keuangan serta Penyediaan Sistem Pencatatan Keuangan Ter-digitalisasi yang berfokus pada penentuan harga pokok, Pelatihan Dan Pendampingan Manajemen Pemasaran Internasional Berbahasa Asing Melalui Digitalisasi Dalam Menaikkan Brand Image Dan Menjangkau Pasar Internasional, Sosialisasi Dan Pendampingan Pengembangan SDM Dalam Peningkatan Kinerja Karyawan Untuk Memajukan Kualitas Layanan.

Pelatihan pertama dilakukan dengan menyampaikan materi tentang bagaimana pentingnya suatu sistem operasional prosedur dalam mengelola suatu usaha, pemaparan dirangkum oleh anggota 2 dengan menyampaikan komponen utama dalam SOP usaha kuliner, dilanjutkan dengan cara atau kiat-kiat dalam penyusunan SOP, dimulai dari identifikasi, dokumentasi prosedur, simulasi pelatihan, dan evaluasi dan perbaikan. Tidak lupa juga bapak agung menjelaskan tentang implementasi dan kepatuhan dalam SOP, Dimana monitoring, evaluasi, serta komitmen Bersama dari seluruh SDM yang ada pada usaha kuliner warung kuah pindang menjadi hal yang paling penting untuk diterapkan. pencatatan keuangan mandiri serta bentuk pengelolaan yang baik dan benar. Pengelolaan keuangan yang baik akan mampu memberikan transparansi dalam setiap aktivitas yang berkaitan tentang pendapatan hasil tani per setiap anggota. Pemaparan dilakukan dengan memberikan contoh laporan pembukuan dan pencatatan sederhana sudah diapaparkan ke masing-masing anggota dan ketua, agar dapat di pahami sekaligus diarahkan untuk dapat dipraktekan. Ketua mengajak mitra beserta beserta anggotanya untuk berdiskusi kecil agar materi yang diberikan dapat dipahami dengan baik. Hasil dari kunjungan pertama, mitra paham terhadap bagaimana pentingnya dilakukan pencatatan pembukuan sederhana, serta pengelolaan keuangan dengan baik, mengingat permasalahan yang terjadi dalam usaha ini adalah karyawan yang bekerja masih belum

mengerti. Pada tahap ini materi handout dijelaskan dalam bentuk power point yang dipresentasikan kepada mitra dan anggota yang hadir.



Gambar 2. Penjelasan Pentingnya Standar Operasional Prosedur

Pada sesi berikutnya dilanjutkan oleh anggota 1 yaitu ibu sioaji yamawati yang menjelaskan pentingnya strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh suatu usaha kuliner, Dimana pembagiannya terdiri dari riset pasar yang menjadi target usaha, analisis kompetitor untuk jenis usaha yang sama, seperti bagaimana mereka bisa menjadi sukses dan peluang yang dapat diambil. Beliau menjelaskan pentingnya penyesuaian produk untuk adaptasi rasa dan bahan yang terbilang harus konsisten. Setelah itu barulah beranjak untuk branding dan positioning Dimana usaha tersebut harus memiliki ciri khas, mudah dikenal oleh orang dan memastikan produk yang dijual aman untuk dikonsumsi. Ibu sioaji juga memfokuskan untuk strategi pemasaran ini bisa dilakukan dengan menggunakan website dan media social yang ada, serta memanfaatkan food blogger sebagai media untuk membantu pemasaran produk..



Gambar 3. Diskusi Strategi pemasaran dan branding

Selanjutnya pada tahapan sesi terakhir , ketua sudah mempersiapkan materi mengenai bagaimana penghitungan Harga Pokok Penjualan yang ideal untuk usaha kuliner warung kuah pin-dang, ketua langsung menjelaskan kepada owner dan chef dan satu orang karyawan yang memiliki tugas pencatatan keuangan. Ketua dibantu kedua anggota ikut menambahkan materi tentang penghitungan harga pokok. Ketua juga memberikan software yang sudah terformulasikan dalam menghitung harga pokok, dan di desain dengan mudah dan diberikan petunjuk arahan pada aplikasi tersebut, sehingga mitra menjadi mengerti penerapan aplikasi keuangan tersebut. Formula dalam aplikasi tersebut juga sudah diatur untuk seluruh menu yang ada di usaha kuliner kuah pin-dang, sehingga tugas dari operator hanya memasukan bahan baku dan biaya biaya seperti biaya tenaga kerja dan proses untuk bisa mendapatkan berapa harga pokok dari pembuatan 1 produk dalam menu usaha kuliner tersebut.



Gambar 4. Diskusi dan pemaparan materi mengenai Penentuan Harga Pokok Penjualan dari Usaha Kuliner

SIMPULAN

Berdasarkan atas kegiatan yang telah dilaksanakan maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut: Mitra Usaha Kuliner belum memahami bagaimana pencatatan dan pengelolaan keuangan dimulai dari penentuan harga pokok penjualan untuk setiap produknya. Mitra memahami pemasukan dalam biaya bahan baku, biaya proses, dan biaya tenaga kerja sebagai bagian dari penghitungan HPP. Mitra bersedia memahami bahwa tujuan dari pengabdian ini adalah untuk mendukung usahanya ke arah yang lebih baik. Sebagai bentuk komitmen tim pkm mitra menerima aksesoris order electronic machine yang akan mendukung proses aktivitas bagi para staf di usaha kuliner. Dengan dimudahkannya system order jarak jauh dan juga menu barcode.

Pendampingan dalam strategi marketing untuk menarik hati konsumen dilakukan dengan konsep internasional. Kami di tim pkm memberikan pemaparan contoh strategi tersebut agar dapat memberikan informasi kepada mitra. Salah satu yang terlihat adalah tampilan menu yang sudah berisikan terjemahan dalam Bahasa Inggris serta isi dari ingredients untuk setiap menunya. Adapun saran yang kami berikan yaitu sebagai bentuk sustainability program maka perlu untuk dilakukan pembinaan dan pendampingan secara berkelanjutan. Tujuannya adalah agar mitra dapat secara fasih mengimplementasikan program yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

Kawisana, P. G. W. P., & Wulandari, I. G. A. A. (2021). Pendampingan Sistem Pengendalian Manajemen Karyawan pada SDM Usaha Akomodasi Pariwisata Desa Candikuning Bedugul Tabanan. *Jurnal Bakti Saraswati (JBS): Media Publikasi Penelitian dan Penerapan Ipteks*, 10(2).

KAWISANA, P. G. W. P., WULANDARI, I. G. A. A., & SANJAYA, I. G. A. M. P. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Usaha Wanita Tani “Sari Murni” Desa Landih, Dusun Buayang-Bangli. *Akuntansi dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 42-47.

Muliawan, M. S. D., Yamawati, N. K. S., & Putri, D. A. D. P. (2022). Pendampingan Pemasaran Produk Berbasis Online bagi Kelompok Pengusaha Babi Guling. *Jurnal Abdidas*, 3(6), 1055-1061.

Yamawati, N. K. S. (2023). Strategi Pemasaran dan Teknologi Informasi Digital pada Patung Kayu Abstrak yang Hampir Punah di Desa Mas. *Jurnal Abdidas*, 4(4), 306-310.