



LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN “KKN MBKM LINGKUP KAMPUS”

“STRATEGI PENINGKATAN
KUALITAS DAN PENDAPATAN
UMKM PORCH CAFÉ”

Dibuat Oleh:

Kelompok 1 Program Studi
Perbankan Syariah, Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam



LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN

HALAMAN SAMPUL

“STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS DAN PENDAPATAN UMKM PORCH CAFÉ”

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah Swt. Atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga laporan kegiatan Pengabdian KKN MBKM Lingkup Kampus ini dapat tersusun dan diselesaikan dengan baik. Kegiatan ini merupakan bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang diselenggarakan oleh Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu melalui Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Laporan ini berjudul **“Strategi Peningkatan Kualitas dan Pendapatan UMKM Porch Café”**, yang merupakan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat oleh Kelompok I KKN MBKM program studi Perbankan Syariah, fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dalam mengembangkan potensi UMKM di lingkungan kampus, khususnya melalui pendekatan strategi bisnis berbasis syariah, peningkatan kualitas layanan, serta optimalisasi manajemen keuangan.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada berbagai pihak yang telah mendukung dan membantu terlaksananya kegiatan ini, di antaranya:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu;
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta jajaran;
3. Ketua Program Studi Perbankan Syariah;
4. Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan arahan dan bimbingan;
5. Pengelola UMKM Porch Café yang telah bekerja sama dengan baik;

Kami menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kami terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak dan menjadi dokumentasi yang berguna untuk kegiatan serupa di masa mendatang.

Bengkulu, 29 Mei 2025

Kelompok I KKN MBKM

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN KEGIATAN KULIAH KERJA NYATA MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA (KKN MBKM) “AKU KAMU”

Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat oleh Kelompok I Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah dilaksanakan di:

Tempat/Lembaga Tujuan: UMKM Porch Café

Program Studi: Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Waktu Pelaksanaan: 8 April 2025 sampai dengan 28 Mei 2025

Bengkulu, 29 Mei 2025

Menyetujui dan mengesahkan,

Dosen Pembimbing



Katri Pramadeka
NIP. 198807252020121003

Ketua Kelompok



Mahfuzan Arafat
NIM. 2223140035

**Mengetahui, Kaprodi
Perbankan Syariah**



Katri Pramadeka
NIP. 198807252020121003

DAFTAR ISI RINGKASAN

KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PENGESAHAN	v
BAB 1 PENDAHULUAN	1
a. Latar Belakang.....	1
b. Tujuan.....	3
c. Manfaat pelaksanaan program	4
BAB 2. PERMASALAHAN DAN SOLUSI YANG DITAWARKAN	6
a. Gambaran Umum Lokasi.....	6
b. Permasalahan.....	6
c. Solusi yang ditawarkan.....	7
BAB 3. METODE PELAKSANAAN	8
a. Observasi dan Identifikasi Permasalahan:	8
b. Perancangan Program Kerja:.....	9
BAB 4. PELAKSANAAN KKN MBKM LINGKAR KAMPUS/ PKM	11
BAB 5. PENUTUP	13
a. Kesimpulan.....	13
b. Saran	13
DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN DALAM PROPOSAL	15
Logbook kegiatan mahasiswa Lampiran	15
Dokumentasi (Kegiatan Pembekalan, Pelepasan, Pelaksanaan s/d Penarikan) ...	15
Publikasi kegiatan.....	18
1. Implementasi Pembayaran Digital Berbasis QRIS	18
Informan Penelitian	66

BAB I PENDAHULUAN

a. Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, pemerataan pendapatan, dan penciptaan lapangan kerja. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 99% pelaku usaha di Indonesia adalah UMKM, yang menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Meski demikian, sebagian besar UMKM masih menghadapi berbagai hambatan dalam proses pengembangan usahanya, terutama dalam hal akses teknologi, literasi digital, manajemen keuangan, dan pemasaran yang efektif.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan tren digitalisasi, tuntutan terhadap kualitas layanan dan efisiensi operasional juga semakin tinggi. Banyak pelaku UMKM yang belum mampu beradaptasi secara optimal, terutama dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam praktik usaha sehari-hari. Hal ini membuat mereka rentan tertinggal dari pesaing dan kehilangan peluang pasar yang lebih luas. Di sinilah peran mahasiswa sebagai bagian dari elemen masyarakat intelektual menjadi sangat penting, khususnya melalui program pengabdian masyarakat seperti Kuliah Kerja Nyata Merdeka Belajar Kampus Merdeka (KKN MBKM) “AKU KAMU”.

Dalam konteks tersebut, kelompok I program studi Perbankan Syariah melaksanakan kegiatan pengabdian yang berfokus pada peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM melalui pendekatan kolaboratif dan berbasis kebutuhan mitra usaha. Salah satu mitra yang menjadi fokus dalam kegiatan ini adalah Porch Café, merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang makanan

dan minuman. Usaha ini telah berdiri sejak 2021 berfokus pada penyediaan berbagai jenis makanan ringan, makanan berat, serta minuman segar yang menarik minat konsumen dari berbagai kalangan terutama yang berada di sekitaran Kawasan UIN FAS Bengkulu.

Meski memiliki potensi dan konsep usaha yang menarik, Porch Café masih menghadapi sejumlah tantangan dalam pengelolaan dan pengembangan usahanya. Beberapa permasalahan yang teridentifikasi di antaranya adalah sistem pembayaran yang masih bersifat tunai, yang menyulitkan pelanggan yang terbiasa dengan metode transaksi digital; strategi pemasaran yang belum terarah dan terbatas pada promosi dari mulut ke mulut; belum tersedianya menu dalam format digital yang dapat diakses secara praktis oleh pelanggan; serta pencatatan keuangan yang masih dilakukan secara manual dan belum terstruktur dengan baik. Permasalahan-permasalahan tersebut tentu berdampak pada efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, dan potensi peningkatan pendapatan usaha.

Untuk menjawab tantangan tersebut, tim Kelompok I KKN MBKM program studi Perbankan Syariah merancang dan melaksanakan serangkaian program kerja yang bertujuan untuk memperkuat sistem dan kapasitas pengelolaan usaha Porch Café. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi pendampingan pembuatan sistem pembayaran berbasis QRIS, yang tidak hanya mempermudah transaksi bagi pelanggan tetapi juga memberikan kesan modern dan profesional terhadap usaha; pelatihan dan pendampingan dalam strategi pemasaran digital, dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dan hemat biaya; pembuatan barcode menu digital yang memudahkan pelanggan dalam mengakses daftar menu melalui perangkat seluler tanpa kontak fisik; serta penataan pelaporan

keuangan agar usaha memiliki sistem pencatatan yang rapi, mudah dipahami, dan mendukung pengambilan keputusan berbasis data.

Melalui program ini, diharapkan Porch Café dapat mengalami peningkatan kualitas layanan, efisiensi operasional, serta pendapatan usaha secara berkelanjutan. Lebih dari itu, kegiatan ini juga menjadi wahana aktualisasi diri bagi mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah ke dalam kehidupan nyata, serta menjadi bagian dari solusi atas permasalahan yang dihadapi masyarakat, khususnya di sektor UMKM.

Dengan semangat kolaboratif yang diusung dalam program KKN MBKM “AKU KAMU”, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu menjadi katalisator dalam proses transformasi UMKM menuju usaha yang lebih adaptif, inovatif, dan berdaya saing di era digital saat ini.

b. Tujuan

Program Kuliah Kerja Nyata Merdeka Belajar Kampus Merdeka (KKN MBKM) “AKU KAMU” yang dilaksanakan oleh Kelompok I Program Studi Perbankan Syariah bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dalam penguatan kapasitas UMKM melalui kegiatan pengabdian masyarakat. Dengan mengangkat judul “Strategi Peningkatan Kualitas dan Pendapatan UMKM Porch Café”, kegiatan ini secara khusus bertujuan untuk:

1. **Meningkatkan efisiensi dan modernisasi sistem pembayaran** pada UMKM Porch Café melalui pendampingan implementasi QRIS, sehingga transaksi menjadi lebih cepat, aman, dan sesuai dengan perkembangan teknologi keuangan digital yang inklusif.
2. **Memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha** melalui pendampingan strategi pemasaran digital, terutama dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi yang efektif dan berbiaya rendah.

3. **Meningkatkan kualitas layanan dan kemudahan akses informasi bagi pelanggan** melalui pembuatan barcode menu digital, yang mendukung pengalaman pelanggan yang lebih praktis dan modern di era digital.
4. **Membantu penyusunan sistem pelaporan keuangan yang lebih tertata dan akuntabel**, guna mendorong pemilik usaha untuk memiliki pencatatan yang rapi, memudahkan evaluasi usaha, serta mendukung pengambilan keputusan berbasis data keuangan yang valid.
5. **Mendorong kemandirian dan keberlanjutan usaha Porch Café** dengan pendekatan kolaboratif dan solutif antara mahasiswa dan pelaku UMKM, serta sebagai bentuk implementasi keilmuan mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah dalam konteks pengabdian kepada masyarakat.

Melalui tujuan-tujuan tersebut, diharapkan kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi Porch Café sebagai mitra UMKM, tetapi juga menjadi langkah awal dalam membangun jejaring kolaboratif antara dunia akademik dan dunia usaha lokal untuk pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

c. Manfaat pelaksanaan program

Pelaksanaan program KKN MBKM “AKU KAMU” oleh Kelompok I Program Studi Perbankan Syariah dengan fokus pada strategi peningkatan kualitas dan pendapatan UMKM Porch Café memberikan berbagai manfaat yang dapat dirasakan baik oleh mitra usaha, mahasiswa, maupun masyarakat secara umum. Adapun manfaat dari program ini meliputi:

1. Bagi Mitra UMKM (Porch Café):

Program ini memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kualitas operasional dan manajerial usaha. Melalui pendampingan pembuatan QRIS, pemilik usaha dapat menyediakan metode pembayaran yang lebih modern dan efisien, sesuai dengan

perkembangan digitalisasi transaksi saat ini. Strategi pemasaran digital yang didampingi oleh tim KKN membantu UMKM memperluas jangkauan pasar secara daring, menarik lebih banyak pelanggan potensial, dan meningkatkan citra merek. Selain itu, adanya barcode menu digital memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengakses menu, sekaligus memperkuat kesan profesional dan modern dari usaha tersebut. Penataan pelaporan keuangan yang lebih sistematis juga memberikan manfaat jangka panjang dalam pengelolaan usaha, perencanaan keuangan, dan pengambilan keputusan bisnis yang lebih bijak.

2. **Bagi Mahasiswa:**

Kegiatan ini menjadi sarana nyata bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan, khususnya di bidang keuangan syariah, digitalisasi ekonomi, dan pemberdayaan masyarakat. Mahasiswa mendapatkan pengalaman langsung dalam melakukan pendampingan usaha, analisis permasalahan riil di lapangan, serta menyusun solusi yang tepat dan aplikatif. Kegiatan ini juga melatih soft skills mahasiswa dalam komunikasi, kerja tim, kepemimpinan, serta membangun rasa empati dan tanggung jawab sosial terhadap pengembangan ekonomi masyarakat.

3. **Bagi Masyarakat Umum:**

Program ini turut memberikan kontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal dengan mendorong UMKM sebagai motor penggerak ekonomi yang tangguh dan berkelanjutan. Keberhasilan pendampingan ini diharapkan dapat menjadi model percontohan bagi UMKM lain di lingkungan sekitar yang memiliki permasalahan serupa, sehingga dampak program dapat meluas dan mendorong terciptanya ekosistem usaha kecil yang lebih adaptif terhadap perubahan zaman, terutama di era digital.

Secara keseluruhan, pelaksanaan KKN MBKM ini memberikan manfaat yang sinergis antara dunia akademik dan dunia usaha. Pendekatan kolaboratif yang diterapkan menunjukkan bahwa mahasiswa bukan hanya sebagai pembelajar di ruang kelas, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang mampu memberikan solusi konkret terhadap permasalahan di masyarakat.

BAB 2. PERMASALAHAN DAN SOLUSI YANG DITAWARKAN

a. Gambaran Umum Lokasi

UMKM *Porch Cafe* berlokasi strategis di sekitar Kawasan Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UIN FAS) Bengkulu, menjadikannya salah satu destinasi kuliner yang mudah dijangkau oleh mahasiswa, dosen, staf kampus, dan masyarakat umum di sekitarnya. Kehadiran *Porch Cafe* sejak tahun 2021 telah memberikan warna baru dalam dunia kuliner lokal dengan konsep modern yang menyerupai *cafe kekinian*, sehingga menarik minat konsumen dari berbagai kalangan, khususnya generasi muda.

Lingkungan sekitar lokasi *Porch Cafe* cukup ramai dan memiliki potensi pasar yang besar karena didukung oleh aktivitas kampus yang padat serta kawasan pemukiman dan kos-kosan mahasiswa. Hal ini memberikan keuntungan tersendiri bagi *Porch Cafe* dalam membangun relasi jangka panjang dengan pelanggan tetap dan memperluas jangkauan pasarnya.

Dengan pendapatan harian yang berkisar antara Rp 1.000.000 hingga Rp 2.000.000, *Porch Cafe* menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman, mulai dari makanan berat seperti ayam geprek, nasi goreng, ayam penyet, mie instan, hingga makanan ringan dan minuman segar seperti jus, kopi, es teler, es jeruk, dan teh. Menu yang variatif dengan cita rasa khas menjadikan *Porch Cafe* sebagai pilihan yang menarik untuk menikmati hidangan berkualitas dengan harga terjangkau.

b. Permasalahan

Meskipun UMKM *Porch Cafe* memiliki potensi pasar yang cukup besar serta daya tarik dari segi konsep dan menu yang ditawarkan, namun

dalam operasionalnya masih dihadapkan pada beberapa permasalahan yang perlu segera diatasi. Salah satu kendala utama adalah pemasaran yang belum maksimal, khususnya di ranah digital, yang membuat jangkauan promosi produk masih terbatas pada pelanggan sekitar saja. Selain itu, sistem pembayaran yang digunakan masih bersifat tradisional, sehingga belum mendukung preferensi pelanggan masa kini yang cenderung mengutamakan kemudahan transaksi digital. Di sisi lain, meskipun pemilik usaha sudah mulai mencatat keuangan secara manual, namun belum terdapat sistem penulisan buku keuangan yang terstruktur dan berkelanjutan. Hal ini menyebabkan pengelolaan keuangan belum sepenuhnya efektif, terutama dalam memantau keuntungan, pengeluaran, dan perencanaan usaha ke depan. Kurangnya inovasi dalam penggunaan teknologi, seperti belum tersedianya menu digital berbasis QR code, juga menjadi hambatan dalam meningkatkan pengalaman pelanggan. Permasalahan-permasalahan tersebut menjadi tantangan yang perlu disikapi secara serius agar UMKM Porch Cafe dapat terus tumbuh, bersaing, dan beradaptasi dengan perkembangan zaman.

c. Solusi yang ditawarkan

Untuk menjawab berbagai tantangan yang dihadapi UMKM Porch Café, tim Kelompok I KKN MBKM Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), merancang dan melaksanakan serangkaian program kerja yang bertujuan untuk memperkuat sistem dan kapasitas pengelolaan usaha. Salah satu solusi utama yang ditawarkan adalah pendampingan dalam penerapan sistem pembayaran berbasis QRIS. Inovasi ini tidak hanya memberikan kemudahan transaksi bagi pelanggan, tetapi juga memperkuat citra usaha sebagai bisnis yang modern dan profesional. Selain itu, tim juga memberikan pelatihan serta pendampingan strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif, efisien, dan sesuai dengan tren konsumen masa kini. Guna meningkatkan kenyamanan dan efisiensi layanan, tim turut membuat barcode menu digital yang memungkinkan pelanggan mengakses daftar menu melalui perangkat

seluler secara praktis tanpa kontak fisik. Tak kalah penting, dilakukan pula penataan sistem pelaporan keuangan dengan metode pencatatan yang rapi, mudah dipahami, dan dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan usaha. Melalui rangkaian kegiatan ini, diharapkan Porph Café dapat mengalami peningkatan kualitas layanan, efisiensi operasional, dan pertumbuhan pendapatan secara berkelanjutan. Di sisi lain, program ini juga menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengaktualisasikan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dalam bentuk kontribusi nyata kepada masyarakat, khususnya dalam penguatan sektor UMKM.

BAB 3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pendampingan UMKM Porph Café oleh Tim Kelompok I KKN MBKM Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan kolaboratif, dengan mengedepankan keterlibatan aktif pemilik usaha dalam setiap tahap kegiatan. Metode pelaksanaan dibagi menjadi beberapa tahapan utama, yaitu:

a. Observasi dan Identifikasi Permasalahan:

Tahap awal pelaksanaan kegiatan dimulai dengan observasi langsung ke lokasi UMKM Porph Café yang terletak di sekitar kawasan UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Kegiatan observasi ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai kondisi riil usaha, mulai dari lingkungan sekitar, jenis produk yang ditawarkan, hingga segmentasi pasar yang dilayani. Dari hasil pengamatan, diketahui bahwa Porph Café memiliki daya tarik tersendiri dengan konsep kekinian yang menyasar mahasiswa dan masyarakat sekitar, serta menawarkan berbagai menu makanan dan minuman yang beragam dan terjangkau.

Observasi juga difokuskan pada aspek internal operasional usaha, termasuk sistem pemasaran yang dijalankan, metode pembayaran yang digunakan, serta pola pencatatan keuangan harian. Ditemukan bahwa strategi pemasaran masih dilakukan secara manual dan belum banyak memanfaatkan

platform digital, sehingga jangkauan promosi masih terbatas. Selain itu, sistem pembayaran yang digunakan masih bersifat konvensional, tanpa adanya opsi pembayaran digital seperti QRIS yang kini semakin banyak diminati konsumen. Hal ini menjadi perhatian penting mengingat tren transaksi nontunai terus meningkat di kalangan anak muda.

Dari sisi pengelolaan keuangan, pemilik usaha sudah memiliki kesadaran untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran, namun belum menggunakan sistem pencatatan yang terstruktur dan mudah dievaluasi. Tidak tersedia format buku kas yang konsisten, sehingga menyulitkan dalam mengukur keuntungan maupun menyusun perencanaan keuangan usaha secara lebih baik. Selain itu, menu yang disajikan kepada pelanggan juga masih bersifat manual dan tercetak, tanpa menggunakan teknologi digital seperti barcode menu. Berdasarkan temuan-temuan tersebut, tim merumuskan sejumlah permasalahan utama yang kemudian menjadi dasar dalam penyusunan program kerja, dengan fokus pada transformasi digital dan penguatan manajemen usaha.

b. Perancangan Program Kerja:

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan yang diperoleh dari observasi lapangan, tim Kelompok I KKN MBKM Program Studi Perbankan Syariah FEBI menyusun rencana kegiatan yang disesuaikan dengan kebutuhan riil dan karakteristik dari UMKM Porch Café. Perumusan program kerja dilakukan dengan mempertimbangkan potensi usaha, tantangan yang dihadapi, serta peluang peningkatan kapasitas usaha melalui pendekatan digital dan manajerial.

Program kerja yang dirancang oleh tim difokuskan pada empat aspek utama. Pertama, implementasi sistem pembayaran berbasis QRIS. Langkah ini ditujukan untuk menjawab kebutuhan konsumen akan metode transaksi yang cepat, aman, dan praktis, serta untuk

memberikan kesan profesional dan modern terhadap citra usaha. Proses ini mencakup pengajuan pendaftaran QRIS, pembuatan materi edukatif, serta pendampingan penggunaan kepada pemilik dan karyawan.

Kedua, pelatihan strategi pemasaran digital menjadi fokus penting dalam memperluas jangkauan promosi. Tim memberikan bimbingan dalam mengoptimalkan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan, termasuk dalam pembuatan konten, pemotretan produk makanan/minuman, serta penggunaan caption yang menarik dan sesuai dengan target pasar.

Ketiga, tim melaksanakan pembuatan barcode menu digital, sebagai upaya untuk meningkatkan efisiensi pelayanan sekaligus mengurangi kontak fisik dalam proses pemesanan. Menu digital yang dirancang memungkinkan pelanggan mengakses seluruh daftar menu langsung melalui perangkat seluler dengan cara memindai barcode yang tersedia di meja atau area kasir.

Keempat, dilakukan penataan pelaporan keuangan sederhana untuk memperkuat fondasi manajemen keuangan usaha. Tim membantu menyusun format buku kas harian yang rapi dan mudah dipahami, sekaligus memberikan bimbingan terkait pencatatan pendapatan, pengeluaran, dan laba bersih secara manual namun terstruktur. Tujuan dari program ini adalah agar pemilik usaha mampu melakukan evaluasi keuangan secara berkala dan mengambil keputusan berbasis data yang lebih akurat.

Melalui perencanaan program kerja yang terarah dan terintegrasi ini, diharapkan UMKM Porch Café dapat meningkatkan

profesionalitas layanan, memperluas jangkauan pasar, serta mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

BAB 4. PELAKSANAAN KKN MBKM LINGKAR KAMPUS/ PKM

Tim Kelompok I KKN MBKM Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu melaksanakan kegiatan pengabdian kepada UMKM Porch Café yang berlokasi di sekitar kawasan kampus. Pelaksanaan dilakukan secara bertahap dan berfokus pada empat program kerja utama sebagai berikut:

1. Implementasi Pembayaran Digital Berbasis QRIS

- Tim melakukan edukasi terkait manfaat dan kemudahan sistem pembayaran QRIS bagi pelaku usaha dan konsumen.
- Mendampingi proses pendaftaran merchant QRIS melalui penyedia jasa pembayaran resmi.
- Membantu pemasangan QR code QRIS di lokasi strategis usaha agar mudah diakses oleh pelanggan.
- Memberikan pelatihan penggunaan QRIS kepada pemilik usaha, termasuk cara mengecek transaksi dan laporan keuangan harian berbasis digital.

2. Pelatihan dan Pendampingan Strategi Pemasaran Digital

- Tim memberikan pelatihan tentang pentingnya digital marketing dalam memperluas jangkauan pasar.
- Memberikan bimbingan dalam membuat akun bisnis di platform media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business.
- Membantu pembuatan konten promosi (foto produk, caption menarik, jadwal unggahan).
- Mendorong interaksi dengan pelanggan melalui fitur story, feed, dan layanan pelanggan cepat tanggap di media sosial.

3. Pembuatan dan Pemasangan Barcode Menu Digital

- Tim merancang dan membuat daftar menu digital yang dapat diakses melalui perangkat seluler.
- Membuat desain QR code untuk daftar menu dan mencetaknya dalam bentuk yang menarik.
- Menempatkan QR code menu di meja pelanggan atau area kasir untuk mempermudah pemesanan tanpa kontak fisik.
- Memberikan panduan kepada pemilik usaha dalam memperbarui daftar menu jika ada penambahan produk.

4. Penataan dan Pendampingan Laporan Keuangan Sederhana

- Tim menyusun format buku kas harian yang praktis dan mudah digunakan oleh pelaku usaha.
- Melatih pemilik usaha dalam mencatat pendapatan, pengeluaran, dan menghitung keuntungan secara manual namun sistematis.
- Memberikan contoh laporan mingguan dan bulanan untuk mempermudah proses evaluasi usaha.
- Menjelaskan manfaat pencatatan keuangan dalam pengambilan keputusan bisnis jangka pendek dan jangka panjang.

Melalui pelaksanaan program-program di atas, kegiatan KKN MBKM Lingkar Kampus ini diharapkan dapat memberikan dampak langsung terhadap peningkatan profesionalisme dan kinerja UMKM Porch Café. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi media pembelajaran bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu perbankan syariah secara nyata dalam memberdayakan ekonomi masyarakat.

BAB 5. PENUTUP

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi dan pelaksanaan program pendampingan, UMKM Porch Café memiliki potensi yang sangat baik untuk berkembang, terutama dengan konsep modern dan cita rasa yang khas yang sudah mereka tawarkan. Namun, berbagai kendala seperti keterbatasan pemasaran digital, metode pembayaran yang konvensional, belum digunakannya menu digital, serta pencatatan keuangan yang belum terstruktur dengan baik menjadi tantangan yang perlu segera diatasi. Menyadari hal tersebut, tim Kelompok I KKN MBKM Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merancang serangkaian program kerja yang fokus pada transformasi digital dan peningkatan kapasitas usaha.

Pelaksanaan program yang meliputi penerapan sistem pembayaran berbasis QRIS, pelatihan pemasaran digital, pembuatan barcode menu digital, serta penataan laporan keuangan sederhana terbukti memberikan dampak positif. Inovasi-inovasi ini tidak hanya mempermudah operasional dan meningkatkan kenyamanan pelanggan, tetapi juga membantu pemilik usaha dalam mengelola bisnis secara lebih profesional dan efisien. Selain itu, kegiatan pendampingan ini juga menjadi wadah bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu perbankan syariah secara langsung dalam pengembangan UMKM di lingkungan sekitar kampus. Dengan demikian, melalui kolaborasi antara mahasiswa dan pelaku UMKM, diharapkan Porch Café dapat terus meningkatkan kualitas layanan dan daya saingnya secara berkelanjutan. Kegiatan ini tidak hanya memperkuat usaha secara ekonomi, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan masyarakat dan pengembangan sektor UMKM di masa depan.

b. Saran

Melihat potensi dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM Porch Café, ada beberapa saran yang dapat diberikan agar usaha ini dapat terus

berkembang secara optimal. Pertama, sangat penting bagi pemilik usaha untuk terus mengembangkan dan mengoptimalkan penggunaan teknologi digital, khususnya dalam pemasaran dan sistem pembayaran. Penggunaan media sosial secara konsisten dan kreatif akan membantu menjangkau lebih banyak pelanggan serta membangun loyalitas konsumen yang lebih kuat.

Selain itu, penerapan sistem pembayaran QRIS hendaknya dijaga keberlanjutannya dengan rutin melakukan evaluasi dan pelatihan lanjutan agar pemilik usaha dan karyawan semakin terbiasa dan mahir dalam mengelola transaksi digital. Penggunaan menu digital juga sebaiknya diperbarui secara berkala sesuai dengan perkembangan produk dan tren konsumen, sehingga selalu memberikan pengalaman yang menarik bagi pelanggan.

Di sisi lain, pencatatan keuangan yang sudah tertata rapi perlu terus dipertahankan dan bahkan dikembangkan lebih lanjut, misalnya dengan mulai memanfaatkan aplikasi keuangan sederhana yang dapat membantu pelaku usaha dalam menganalisis kinerja dan mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat. Dengan langkah-langkah tersebut, UMKM Porch Café tidak hanya mampu meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat posisi usaha dalam menghadapi persaingan di pasar yang semakin dinamis.

Terakhir, kolaborasi antara pelaku usaha dengan mahasiswa maupun pihak-pihak terkait lainnya sebaiknya terus dijalin sebagai bentuk dukungan berkelanjutan dalam pengembangan kapasitas UMKM. Pendampingan seperti ini akan sangat bermanfaat untuk mendorong inovasi serta adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang cepat. Dengan komitmen bersama, Porch Café dapat menjadi contoh UMKM yang berhasil memanfaatkan teknologi dan manajemen modern demi kemajuan usaha dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN DALAM PROPOSAL

Lampiran :

Logbook kegiatan mahasiswa Lampiran

Dokumentasi (Kegiatan Pembekalan, Pelepasan, Pelaksanaan s/d Penarikan)

a. Pembekalan



b. Pelepasan



c. Pelaksanaan





d. Penarikan



Publikasi kegiatan

I. Implementasi Pembayaran Digital Berbasis QRIS

<https://www.mes-bogor.com/journal/index.php>

Berdasarkan hasil review, artikel tersebut dinyatakan DITERIMA untuk dipublikasikan di Jurnal Economic Review Journal (Sinta 5) untuk Volume 4 Nomor 3 2025 Artikel tersebut tersedia secara online mulai 07 Agustus 2025 di <https://www.mes-bogor.com/journal/index.php/mrj>

Implementasi QRIS sebagai Media Pembayaran Elektronik bagi UMKM di Porch Café

¹Rama Safitri, ²Tiwi Suvi, ³Mahfuzan Arafat, ⁴Muhammad Sandhika, ⁵Ayu Retno Trianingsih, ⁶Katra Pramadeka.

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu/ramasafitri78@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) as an electronic payment media in MSMEs, especially at Porch Cafe. In the current era of digitalization, non-cash payment methods are increasingly in demand by the public because they are considered more practical, efficient, and safe. Porch Cafe as one of the MSME actors has adopted the QRIS system in its transaction activities to increase customer convenience and operational efficiency. The research method used is a qualitative approach with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The results showed that the implementation of QRIS has a positive impact on increasing non-cash transactions, speeding up the payment process, and improving the image of business professionalism. However, there are still challenges such as limited customer digital literacy and dependence on the internet network. Therefore, education strategies and strengthening digital infrastructure are needed to support the optimal utilization of QRIS by MSMEs.

Keywords: QRIS, MSME, Porch Cafe

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai media pembayaran elektronik pada UMKM, khususnya di Porch Cafe. Di era digitalisasi saat ini, metode pembayaran nontunai semakin diminati oleh masyarakat karena dinilai lebih praktis, efisien, dan aman. Porch Cafe sebagai salah satu pelaku UMKM telah mengadopsi sistem QRIS dalam kegiatan transaksinya guna meningkatkan kenyamanan pelanggan serta efisiensi

operasional. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi QRIS memberikan dampak positif terhadap peningkatan transaksi non-tunai, mempercepat proses pembayaran, dan meningkatkan citra profesionalisme usaha. Namun, masih terdapat tantangan seperti keterbatasan literasi digital pelanggan dan ketergantungan pada jaringan internet. Oleh karena itu, diperlukan strategi edukasi dan penguatan infrastruktur digital guna mendukung pemanfaatan QRIS secara optimal oleh UMKM.

Kata kunci: QRIS, UMKM, Porch Cafe

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sistem pembayaran. Masyarakat kini mulai beralih dari transaksi konvensional berbasis tunai menuju sistem pembayaran digital yang lebih praktis, efisien, dan aman. Pesatnya perkembangan teknologi memberikan perkembangan dalam melakukan transaksi pembayaran yang semula menggunakan uang tunai kini semakin dipermudah dengan adanya uang elektronik (*e-money*)(Asofa & Sholihah, 2024). Sistem pembayaran digital adalah sistem yang menggunakan media elektronik untuk melakukan transaksi. Melalui cara ini, proses pembayaran menjadi lebih mudah dan otomatis, serta membantu mengurangi risiko kejahatan yang mungkin terjadi saat menggunakan uang tunai(Hrp & Tambunan, 2023).

Salah satu inovasi dalam transformasi sistem pembayaran di Indonesia adalah implementasi QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), yaitu Standar kode QR nasional yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QRIS pertama kali dirilis pada 17 Agustus 2019 sebagai bentuk penyatuan berbagai kode QR pembayaran, dan mulai digunakan secara efektif pada 1 Januari 2020(Puriati et al., 2023). QRIS hadir dengan tujuan untuk menstandarkan pembayaran melalui QR Code sehingga memudahkan siapapun dalam melakukan transaksi digital dengan tingkat keamanan yang lebih baik.(Hrp & Tambunan, 2023)

QRIS bertujuan agar pembayaran digital jadi lebih mudah bagi masyarakat dan dapat diawasi oleh regulator dari satu pintu, maksudnya adalah satu sistem untuk semua model pembayaran yang dapat digunakan di semua merchant yang bekerja sama dengan PJSP seperti OVO, LinkAja, Gopay, DANA, dan lainnya (Salim & Nopiansyah, 2023).Inovasi ini sangat relevan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena memberikan kemudahan

dalam menerima pembayaran dari pelanggan yang menggunakan berbagai platform dompet digital tanpa harus memiliki banyak kode QR dari masing-masing penyedia layanan.

Relevansi QRIS dengan UMKM menjadi semakin penting apabila dilihat dari peran strategis UMKM itu sendiri dalam perekonomian nasional. UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat. Karena keberadaan UMKM mampu bertahan dalam situasi apa pun demi tercapainya kesejahteraan masyarakat. Ketangguhan UMKM terbukti saat terjadi krisis moneter tahun 1998; banyak usaha-usaha besar yang berjatuh, namun UMKM tetap bertahan dan bahkan bertambah jumlahnya. Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) membantu meningkatkan angka pertumbuhan ekonomi serta mampu menyerap jumlah tenaga kerja. Selain itu, distribusi hasil-hasil pembangunan dapat lebih merata dan langsung dirasakan oleh masyarakat. Secara umum, UMKM dalam perekonomian memiliki peran sebagai: (1) pemeran utama dalam kegiatan perekonomian, (2) penyedia lapangan kerja, (3) pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta (5) kontributor terhadap neraca pembayaran. (Al Farisi et al., 2022)

Salah satu contoh konkret dari peran strategis UMKM sekaligus bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital dapat dilihat pada Porch Cafe, sebuah UMKM yang bergerak di bidang kuliner di Kota Bengkulu, khususnya di kawasan sekitar UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Sejak berdiri pada tahun 2021, Porch Cafe telah menunjukkan komitmennya untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan zaman. Salah satu bentuk adaptasi tersebut terlihat dari implementasi sistem pembayaran digital berbasis QRIS, yang mulai diterapkan dalam operasional harian mereka. Penerapan QRIS ini mencerminkan adanya kesadaran dari pelaku usaha terhadap pentingnya mengikuti perkembangan teknologi digital sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha.

Melihat kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana implementasi QRIS sebagai media pembayaran elektronik dijalankan di Porch Cafe, khususnya dalam menjawab tantangan dominasi pembayaran tradisional di tengah meningkatnya preferensi konsumen muda terhadap transaksi digital. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengevaluasi dampak penggunaan QRIS terhadap efisiensi transaksi dan kepuasan pelanggan, serta mengidentifikasi kendala internal seperti kurangnya pemahaman pemilik usaha

terkait prosedur pembuatan dan pengelolaan QRIS. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran nyata mengenai efektivitas penggunaan QRIS bagi UMKM, sekaligus menjadi dasar dalam merumuskan strategi digitalisasi keuangan yang lebih inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

TINJAUAN LITERATUR

1. Konsep QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan standar QR Code nasional yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dan diluncurkan pada tanggal 17 Agustus 2019 agar proses transaksi pembayaran secara domestik menggunakan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Tujuan utama dari penerapan QRIS adalah untuk menyatukan berbagai penyedia layanan pembayaran digital dalam satu sistem yang terintegrasi. Menurut Bank Indonesia (2019), QRIS dirancang agar transaksi keuangan menjadi lebih cepat, aman, dan efisien, serta dapat digunakan oleh semua kalangan, termasuk UMKM. (Bank Indonesia, 2019)

2. Peran Teknologi Keuangan (Fintech) dalam UMKM

Perkembangan FinTech di Indonesia telah memiliki dampak yang signifikan terhadap inklusi keuangan. Inovasi seperti sistem pembayaran digital dan peer-to-peer (P2P) lending telah memperluas akses ke layanan keuangan bagi populasi yang kurang terlayani, terutama di daerah pedesaan. Fintech berkontribusi besar dalam meningkatkan inklusi keuangan, terutama melalui layanan pembayaran digital. QRIS sebagai bagian dari fintech mempermudah pelaku UMKM untuk menerima pembayaran non-tunai tanpa memerlukan alat atau perangkat yang mahal, seperti mesin EDC. (Aswirah et al., 2024)

3. Pengaruh Digitalisasi Terhadap UMKM

Digitalisasi telah mengubah cara interaksi antara penjual dan pembeli menjadi serba digital. Dalam sektor ekonomi, penerapan digitalisasi terlihat pada tiga aspek utama, yaitu penjualan, promosi, dan pembayaran. Digitalisasi pada sektor UMKM telah terbukti meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan mempercepat transaksi. (Hutagaol et al., 2024). Studi oleh Pratama & Sari (2021) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi pembayaran digital seperti QRIS dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta mempercepat proses transaksi, terutama di sektor kuliner. Adopsi teknologi ini juga berdampak pada persepsi profesionalisme usaha di mata konsumen.

4. Perilaku Konsumen Gen Z terhadap Pembayaran Digital

Generasi Z memiliki kesadaran dan pengalaman yang tinggi dalam menggunakan e-wallet, atau dikenal sebagai dompet digital. Generasi Z mengaggap pembayaran menggunakan e-wallet lebih nyaman dan cepat daripada sistem perbankan konvensional karena menghemat waktu dan uang. (Indriyani & Sartika, 2022). Hal ini menjadikan QRIS sebagai pilihan pembayaran yang sesuai dengan preferensi mereka, terutama dalam transaksi sehari-hari di kedai makanan dan minuman.

5. Tantangan dan Hambatan Implementasi QRIS

Meski memiliki banyak manfaat, adopsi QRIS masih menghadapi beberapa tantangan. Implementasi QRIS di kalangan UMKM menghadapi sejumlah tantangan yang cukup kompleks, mulai dari keterbatasan infrastruktur teknologi seperti akses internet yang belum merata, khususnya di daerah pedesaan, hingga rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha yang menyebabkan kebingungan dalam memahami cara kerja dan manfaat QRIS. Selain itu, biaya integrasi awal yang meskipun relatif kecil tetap dirasa memberatkan oleh sebagian UMKM bermodal terbatas, sehingga menimbulkan keraguan terhadap efektivitas dan keuntungan penggunaan sistem pembayaran digital ini dalam jangka panjang. Kombinasi dari hambatan teknis, edukatif, dan finansial inilah yang menjadi penghalang utama dalam proses digitalisasi melalui QRIS bagi pelaku usaha kecil dan menengah di Indonesia. (Listiyono et al., 2024)

METODE PENELITIAN

a. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai implementasi QRIS sebagai media pembayaran elektronik di Porch Cafe sebagai representasi UMKM. Fokus utama penelitian ini adalah memahami proses implementasi, manfaat, kendala, dan persepsi pelaku usaha serta konsumen terhadap penggunaan QRIS.

b. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Porch Cafe, sebuah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berlokasi di Jl. Telaga Dewa, Kota Bengkulu. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Porch Cafe merupakan salah satu pelaku UMKM di sektor kuliner yang belum mengimplementasikan QRIS sebagai media pembayaran elektronik ditengah maraknya penggunaan

transaksi digital. Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini berlangsung selama 8 April 2025 hingga 28 Mei 2025, yang mencakup tahap observasi lapangan, pengumpulan data melalui wawancara.

c. Populasi dan Sampel / Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah pelaku usaha dan konsumen di Porch Cafe yang terlibat langsung dalam penggunaan sistem pembayaran elektronik berbasis QRIS.

Adapun populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pihak yang berkaitan dengan implementasi QRIS di lingkungan Porch Cafe, seperti pemilik usaha, karyawan kasir, dan pelanggan yang menggunakan QRIS saat melakukan transaksi.

Sampel yang terlibat meliputi pemilik atau pengelola Porch Cafe yang memahami proses implementasi QRIS, beberapa karyawan yang bertugas sebagai kasir, serta beberapa pelanggan yang pernah menggunakan QRIS saat melakukan pembayaran. Pemilihan sampel ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai penerapan, manfaat, serta kendala penggunaan QRIS sebagai media pembayaran elektronik di lingkungan UMKM.

d. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik berikut:

- **Observasi:** Peneliti melakukan pengamatan langsung di lokasi usaha untuk melihat bagaimana sistem QRIS diterapkan dalam transaksi pembayaran di UMKM Porch Cafe.
- **Wawancara:** Wawancara dilakukan secara semi-struktural kepada pemilik atau pengelola Porch Cafe, serta beberapa konsumen yang menggunakan metode pembayaran QRIS di UMKM Porch Cafe.
- **Dokumentasi:** Mengumpulkan dokumen atau bukti pendukung seperti foto transaksi para pengguna QRIS di UMKM Porch Cafe.

e. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh akan dianalisis dengan metode analisis kualitatif model Miles dan Huberman, yaitu melalui tiga tahap:

- **Reduksi data:** menyaring dan memilih data yang relevan dengan fokus penelitian.

- **Penyajian data:** data disajikan secara langsung dan terintegrasi dalam pembahasan untuk mendukung analisis.
- **Penarikan kesimpulan:** membuat interpretasi dari data yang telah disajikan untuk menarik kesimpulan mengenai implementasi QRIS di UMKM Porch Cafe.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan di Porch Cafe, implementasi QRIS sebagai media pembayaran elektronik telah memberikan dampak yang positif, baik bagi pelaku usaha maupun konsumen.

1. Peningkatan Pemahaman dan Penerapan QRIS oleh Pemilik UMKM

Sebelum implementasi QRIS, pemilik Porch Cafe belum memahami sepenuhnya manfaat dan cara kerja sistem pembayaran digital berbasis QR code. Melalui proses pendampingan dan sosialisasi, pemilik usaha mendapatkan pemahaman mengenai cara registrasi sebagai merchant QRIS, penggunaan aplikasi pembayaran (seperti QRIS melalui aplikasi mitra bank atau fintech), serta tata cara transaksi non-tunai.

Setelah penerapan QRIS, pemilik UMKM mengaku bahwa sistem ini sangat membantu dalam efisiensi transaksi dan mengurangi peredaran uang tunai. Selain itu, penggunaan QRIS turut meningkatkan citra profesionalisme usaha karena mengikuti perkembangan teknologi pembayaran digital.

2. Kemudahan Transaksi bagi Konsumen, Terutama Generasi Z

Mayoritas konsumen Porch Cafe didominasi oleh kalangan anak muda. Selain itu, dosen-dosen serta masyarakat sekitar UIN FAS Bengkulu juga turut menjadi pelanggan setia. Secara khusus, mahasiswa UIN FAS Bengkulu dari Gen Z menjadi segmen yang paling menonjol dalam menunjang aktivitas UMKM ini, yang sudah terbiasa menggunakan dompet digital seperti DANA, OVO, ShopeePay, GoPay, dan lainnya. Dengan adanya QRIS, konsumen merasa lebih praktis karena tidak perlu lagi membawa uang tunai atau repot mencari uang kembalian.

Salah satu pelanggan menyatakan bahwa dengan adanya QRIS, proses pembayaran menjadi lebih cepat dan efisien. Hal ini juga berdampak pada kenyamanan bertransaksi dan loyalitas pelanggan terhadap cafe tersebut.

3. QRIS sebagai Solusi Digitalisasi UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi QRIS di Porch Cafe menjadi langkah awal yang penting dalam mendorong digitalisasi sistem pembayaran di kalangan UMKM. QRIS tidak hanya membantu meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga memperluas akses terhadap layanan keuangan digital, seperti kemudahan dalam menerima berbagai metode pembayaran non-tunai serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap profesionalisme usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan:

Penelitian mengenai “implementasi QRIS sebagai media pembayaran elektronik bagi UMKM di Porch Café” menunjukkan bahwa inovasi teknologi keuangan dapat memberikan dampak nyata bagi sektor UMKM. Sebagai salah satu pelaku usaha di bidang kuliner yang melayani mayoritas konsumen muda, Porch Cafe menjadi contoh yang relevan dalam mengadopsi sistem pembayaran digital yang lebih cepat, praktis, dan efisien. Bagi pemilik usaha, kehadiran QRIS membuka akses terhadap sistem pembayaran modern yang mudah digunakan tanpa membutuhkan perangkat khusus yang mahal. QRIS memberikan alternatif transaksi yang lebih aman dan fleksibel, serta membantu mengurangi risiko yang umumnya terkait dengan penggunaan uang tunai, seperti kehilangan, kesalahan pengembalian, maupun potensi beredarnya uang palsu. Implementasi QRIS juga mendorong pelaku UMKM untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital yang terus berkembang.

Sementara itu, dari sisi konsumen, khususnya Gen Z, penerapan QRIS memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Generasi ini telah terbiasa menggunakan dompet digital dan aplikasi pembayaran di smartphone mereka, sehingga sistem QRIS dianggap sebagai solusi yang selaras dengan gaya hidup mereka yang serba digital dan serba cepat. QRIS menjawab kebutuhan konsumen akan transaksi yang minim kontak fisik, hemat waktu, dan mendukung gaya hidup cashless. Secara keseluruhan, implementasi QRIS di Porch Cafe membuktikan bahwa UMKM mampu mengikuti arus digitalisasi dengan pendekatan yang sederhana namun efektif. Hal ini menjadi bukti bahwa transformasi keuangan digital bukan hanya relevan untuk bisnis berskala besar, tetapi juga sangat mungkin diadopsi oleh usaha kecil dan menengah. Ke depan, QRIS berpotensi menjadi standar baru dalam sistem pembayaran UMKM yang tidak hanya meningkatkan kenyamanan transaksi, tetapi juga memperluas jangkauan layanan kepada segmen konsumen yang lebih luas dan melek teknologi.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar para pelaku UMKM, khususnya di sektor kuliner, semakin terbuka dalam mengadopsi QRIS sebagai sistem pembayaran guna meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha. Pemerintah dan lembaga terkait seperti Bank Indonesia juga diharapkan terus mendorong edukasi serta memberikan dukungan teknis maupun kebijakan agar implementasi QRIS semakin merata, termasuk di wilayah dengan literasi digital yang masih rendah. Di sisi lain, konsumen, terutama generasi muda, diharapkan terus mendukung penggunaan sistem pembayaran digital untuk menciptakan ekosistem transaksi yang modern, aman, dan nyaman. Penelitian ini juga membuka peluang bagi studi lanjutan yang lebih luas, baik secara geografis maupun sektor usaha, guna menggali lebih dalam dampak penggunaan QRIS dalam mendorong transformasi digital UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Pustaka yang berupa jurnal ilmiah:

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.
<https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Asofa, E. D., & Sholihah, D. D. (2024). Implementasi QRIS (QR Code Indonesian Standard) sebagai Media Pembayaran Elektronik bagi UMKM di Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(1), 42–48. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i1.511>
- Aswirah, A., Arfah, A., & Alam, S. (2024). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan Di Indonesia: Studi Literatur. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(2), 180–186.
<https://doi.org/10.37476/jbk.v13i2.4642>
- Bank Indonesia. (2019). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Bank Indonesia. <https://bicara131.bi.go.id/knowledgebase/article/KA-01061/en-us>
- Hrp, G. R., & Tambunan, K. (2023). Analisis Efektivitas Implementasi Sistem Pembayaran Digital QRIS Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Dagang Plastik Intan Baru Sibuhuan. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(1), 70–82. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.14833>
- Hutagaol, A., Belcha, D., Damanik, N., Rachel, J., Saragih, S., Wijaya, F., Sihol, R., Sitompul, M., Sugara, W. H., Pratama, L. S., Medan, U. N., Decision, S. S., Kriteria, S., & Decision, S. S. (2024). *Analisis pengaruh digitalisasi terhadap umkm di kota medan*. 6(3).

- Indriyani, D., & Sartika, S. H. (2022). Pengaruh E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Z Pada Masa Pandemi Covid-19. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(1), 68–74.
<https://doi.org/10.31294/widyacipta.v6i1.12200>
- Listiyono, H., Sunardi, S., Wahyudi, E. N., & Diartono, D. A. (2024). Dinamika Implementasi QRIS: Meninjau Peluang dan Tantangan bagi UMKM Indonesia. *IKRA-ITH Informatika : Jurnal Komputer Dan Informatika*, 8(2), 120–126. <https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v8i2.2967>
- Puriati, N. M., Sugiartana, I. W., & Mertaningrum, N. P. E. (2023). Efektivitas Penerapan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Pada Umkm Di Kabupaten Karangasem. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 13(3), 332–338.
<https://doi.org/10.23887/jiah.v13i3.70942>
- Salim, A. S., & Nopiansyah, D. (2023). Efisiensi Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standart (Qris) Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Umkm Di Le Garden Palembang Indah Mall. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 1385–1396.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2.4028>

Pustakan dari Media Online

- Bank Indonesia. (2019). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Diakses dari <https://bicara131.bi.go.id/knowledgebase/article/KA-01061/en-us> pada Senin 26 Mei pukul 08:10 WIB.

2. Pelatihan dan Pendampingan Strategi Pemasaran Digital

<https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jer>

LETTER OF ACCEPTANCE FOR SCIENTIFIC ARTICLES PUBLICATION

No. 34JER/LoA/5-VIII/2025 Chief of Editor Journal Ekonomi Revolusioner (JER) has decided that the name article below has been accepted on JER will be published in Vol 8 No 5 2025.

ANALISIS STRATEGI PROMOSI BERBASIS INSTAGRAM PADA UMKM SEKTOR PORCH FOOD DRINK DI JL.TELAGA DEWA SELEBAR, KOTA BENGKULU

ANALYSIS OF INSTAGRAM-BASED PROMOTION STRATEGY IN THE PORCH FOOD DRINK SECTOR OF UMKM ON JL.TELAGA DEWA SELEBAR, BENGKULU CITY

**Donna Maycica', Kholva Ayu Anisa', Reviola Eka Abdillah', Sonia Aprilia W',
Zosen Wandirahman', Katra Pramadeka'**

**Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Uin
Fatmawati Soekarno Bengkulu**

Email korespondensi: donnamaycica64@gmail.com, ayuanisakholva@gmail.com,
reviolaekaabdillah04@gmail.com, niaa01331@gmail.com,
zosenwandirahman@gmail.com, katra.pramadeka@mail.uinfasbengkulu.ac.id.

Abstrak

This study aims to analyze Instagram-based promotional strategies implemented by MSMEs in the Porch Food & Drink sector on Jl. Telaga Dewa, Selebar District, Bengkulu City. The method used is a qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews and observations. The results of the study indicate that the use of Instagram features such as feeds, stories, and reels has a significant impact on increasing brand awareness and consumer engagement. However, several obstacles such as limited human resources and lack of understanding of digital marketing strategies are still the main

obstacles. These findings can be a reference for MSME actors to optimize social media as an effective promotional tool.

Keywords: Promotion Strategy, Instagram, UMKM, Digital Marketing, Porch Food

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi berbasis Instagram yang diterapkan oleh UMKM sektor Porch Food & Drink di Jl. Telaga Dewa, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan fitur-fitur Instagram seperti feed, story, dan reels memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan brand awareness dan engagement konsumen. Namun demikian, beberapa kendala seperti keterbatasan sumber daya manusia dan kurangnya pemahaman terhadap strategi digital marketing masih menjadi hambatan utama. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi pelaku UMKM untuk mengoptimalkan media sosial sebagai alat promosi yang efektif.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Instagram, UMKM, Digital Marketing, Porch Food

PENDAHULUAN

UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam penyediaan lapangan kerja dan pemerataan pendapatan di Indonesia (Agustine et al., 2023). Di Kota Bengkulu, salah satu klaster UMKM yang berkembang pesat adalah sektor porch food & drink kedai bersuasana teras rumah yang menawarkan menu ringan tidak hanya itu makan berat pun ada seperti (ayam goreng sambal matah, ayam bakar, geprek, jus berbagai buah, bahkan cemilan seperti kentang goreng, nugget, pisang crispy keju coklat dan lain-lain) dan tempat santai bagi pelanggan dengan dilengkapi fasilitas wifi sehingga bisa menjadi pilihan nongkrong bahkan tempat untuk membuat tugas. Lokasi koridor Jl. Telaga Dewa, Kecamatan Selebar (tepat didepan gerbang belakang uin fatmawati soekarno bengkulu. usaha mikro ini di buka sejak pertengahan tahun 2020 lalu.

Seiring pergeseran perilaku konsumen ke ranah digital, Instagram muncul sebagai media promosi utama berkat tampilan visual yang kuat, fitur interaktif (Stories, Reels, feeds), serta algoritma berbasis minat. UMKM porch food & drink di Jl. Telaga Dewa memanfaatkan Instagram untuk membangun konsisten identitas merek (pilihan palet warna menjadi feed terlihat profesional dan mudah dikenali), menampilkan menu barcode link dan juga menampilkan maps. Namun, banyak pelaku usaha masih mengandalkan praktik coba-coba; sebagian unggahan tidak konsisten, belum berorientasi engagement, dan strategi (Romadhona and Putri, 2025).

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kota Bengkulu. Salah satu sektor yang berkembang adalah kuliner, dengan munculnya berbagai usaha makanan dan minuman kekinian seperti *Porch Food & Drink* yang berlokasi di Jl. Telaga Dewa, Selebar. Mengingat tingginya persaingan dalam sektor ini, pelaku UMKM dituntut untuk menerapkan strategi promosi yang efektif dan efisien (Nur Ahmas et al., 2022). Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi dinilai sangat relevan mengingat banyaknya pengguna aktif media sosial di kalangan masyarakat Bengkulu, khususnya generasi muda.

Namun, efektivitas strategi promosi melalui Instagram tidak hanya bergantung pada seberapa sering konten diposting, tetapi juga pada kualitas konten, konsistensi branding, interaksi dengan audiens, serta pemanfaatan fitur-fitur Instagram secara optimal (Rahmana et al., 2021). Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana strategi promosi berbasis Instagram diterapkan oleh UMKM seperti *Porch Food & Drink*, serta mengevaluasi kelebihan dan kekurangannya dalam meningkatkan daya saing usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi berbasis Instagram yang digunakan oleh *Porch Food & Drink*, serta memberikan rekomendasi yang dapat membantu UMKM tersebut dalam mengoptimalkan media sosial sebagai alat pemasaran digital yang efektif.

IDENTIFIKASI MASALAH

1. Bagaimana implementasi elemen- elemen strategi promosi berbasis Instagram (konten, Stories, feed, reels, dan interaksi) pada UMKM porch food & drink di Jl. Telaga Dewa?
2. Faktor apa saja yang menjadi peluang dan hambatan dalam penerapan promosi Instagram bagi UMKM di lokasi tersebut?

METODEOLOGI PELAKSANAAN

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif, dengan tujuan untuk menganalisis strategi promosi yang dilakukan oleh UMKM kuliner Porch Food Drink melalui platform Instagram. Penelitian ini mengadopsi konsep 4P (Product, Price, Place, Promotion) sebagai landasan teoritis dalam mengkaji efektivitas promosi digital yang dilakukan oleh UMKM tersebut (Butar et al., 2022). Rangkaian kegiatan utama meliputi observasi terhadap konten promosi yang diunggah melalui akun Instagram resmi @porchcafebengkulu, wawancara mendalam dengan pengelola akun sebagai informan kunci, serta dokumentasi konten visual dan interaksi digital yang terjadi di media sosial. Data yang dikumpulkan ditujukan untuk mengungkap praktik promosi yang dijalankan, jenis konten yang diunggah, serta respon dari audiens terhadap konten tersebut (Bpr et al., 2009).

Pemilihan responden dilakukan secara purposive, dengan kriteria utama yaitu individu atau kelompok yang terlibat langsung dalam proses promosi digital. Responden meliputi pemilik akun Instagram UMKM Porch Food Drink, admin media sosial atau tim kreatif yang bertanggung jawab atas pembuatan konten, serta konsumen aktif atau followers yang secara konsisten memberikan tanggapan dan komentar terhadap unggahan promosi. Pemilihan responden ini dimaksudkan agar data yang diperoleh bersifat relevan dan mendalam terhadap objek penelitian.

Dalam pelaksanaan penelitian, digunakan berbagai alat bantu yang menunjang proses pengumpulan dan analisis data, antara lain aplikasi Instagram sebagai media utama observasi, smartphone atau kamera digital untuk mendokumentasikan visual, buku catatan dan alat tulis untuk mencatat temuan lapangan, serta perekam suara dalam proses wawancara (Ramaputra and Afifi, 2021). Selain itu, digunakan perangkat komputer/laptop untuk pengolahan dan penulisan hasil penelitian. Instrumen analisis yang digunakan dirancang dalam bentuk matriks yang mengelompokkan konten promosi ke dalam kategori Produk, Harga, Tempat, dan Promosi. Matriks ini digunakan untuk mengevaluasi kinerja konten berdasarkan tingkat jangkauan (jumlah like, komentar, views), frekuensi unggahan, serta bentuk interaksi digital yang tercipta. Produktivitas konten dinilai dari konsistensi unggahan dan respon pengguna terhadap aktivitas seperti giveaway atau pertanyaan interaktif.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui empat cara utama. Pertama, observasi langsung terhadap akun Instagram @porchcafebengkulu, dengan mengamati jenis dan pola konten promosi yang ditampilkan. Kedua, wawancara mendalam dengan pemilik atau pengelola akun untuk menggali informasi terkait strategi, tujuan, dan tantangan promosi digital. Ketiga, studi literatur dari berbagai jurnal, artikel ilmiah, dan sumber pustaka relevan yang berkaitan dengan promosi digital UMKM. Keempat, dokumentasi konten berupa tangkapan layar (screenshot), video, dan testimoni pengguna yang dijadikan sebagai bukti pendukung dalam analisis.

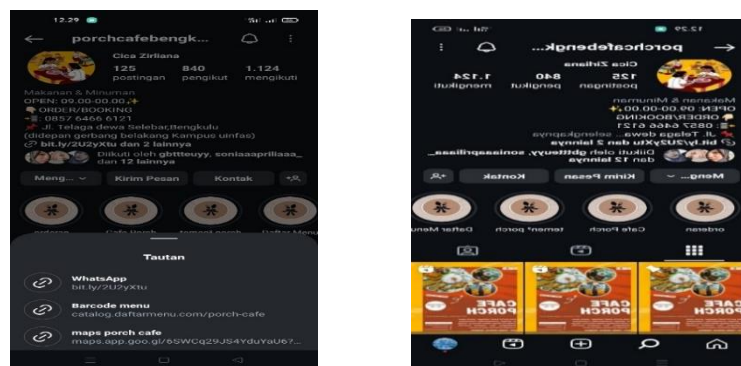
Analisis data dilakukan secara interpretatif-deskriptif, dengan pendekatan naratif terhadap hasil wawancara dan observasi. Setiap temuan diklasifikasikan berdasarkan komponen 4P dan dievaluasi efektivitasnya dalam menjangkau target audiens (Ilmu et al., 2025). Interaksi digital seperti komentar, likes, dan partisipasi followers dalam kegiatan promosi juga dianalisis untuk mengukur keberhasilan promosi yang dilakukan (Ahmadi et al., 2024). Hasil analisis disimpulkan secara

holistik untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai efektivitas strategi promosi berbasis Instagram yang diterapkan oleh UMKM Porch Food Drink di Jl. Telaga Dewa, Selebar, Kota Bengkulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

I. Pembuatan Website

Dalam rangka meningkatkan jangkauan dan daya tarik pelanggan, pembuatan media sosial menjadi langkah strategis untuk mendukung promosi online **PORCH FOOD DRINK**, yang berlokasi di Jl. Telaga Dewa, Kelurahan Selebar, Kota Bengkulu. Melalui platform digital seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, PORCH FOOD DRINK akan membagikan konten menarik seputar menu andalan, promo spesial, serta suasana nyaman tempat makan yang cocok untuk nongkrong bersama teman maupun keluarga. Media sosial ini diharapkan dapat memperluas informasi ke masyarakat luas, meningkatkan engagement, serta mendorong lebih banyak kunjungan langsung ke lokasi (Zuliana and Rafdeadi, 2023). Dengan visual yang menarik dan interaksi yang aktif, PORCH FOOD DRINK siap hadir lebih dekat dengan pelanggan di dunia digital.



Gambar 1. Website Dan Instagram

mengembangkan berbagai platform digital sebagai sarana pendukung bisnis. Beberapa di antaranya meliputi pembuatan website yang dilengkapi dengan

tautan langsung ke nomor WhatsApp guna mempermudah proses pemesanan, barcode menu digital agar pelanggan dapat melihat daftar makanan dan minuman secara cepat dan praktis, serta integrasi Google Maps untuk membantu pengunjung menemukan lokasi dengan lebih mudah.

Selain itu, media sosial seperti Instagram juga dimanfaatkan secara optimal untuk menarik, pelanggan seperti foto menu, promo terbaru, hingga suasana tempat. Semua platform ini dirancang untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih terhubung, informatif, dan modern, sehingga dapat meningkatkan daya saing PORCH FOOD DRINK di era digital yang terus berkembang.

3. Brosur

Sebagai upaya untuk lebih dikenal dan menjangkau pelanggan secara langsung, **PORCH FOOD DRINK** yang berlokasi di Jl. Telaga Dewa, Selebar, Kota Bengkulu, melakukan promosi offline dengan membagikan brosur kepada masyarakat umum dan kalangan mahasiswa. Melalui brosur ini, informasi mengenai menu andalan, promo menarik, serta suasana nyaman yang ditawarkan dapat langsung diterima oleh calon pelanggan. Strategi ini tidak hanya memperkenalkan PORCH FOOD DRINK secara lebih luas, tetapi juga mengundang masyarakat untuk datang, mencicipi kelezatan menu kami, dan merasakan langsung pengalaman bersantap yang berbeda. Dengan desain brosur yang menarik dan informatif, kami berharap dapat meningkatkan minat kunjungan sekaligus membangun kedekatan dengan komunitas sekitar.



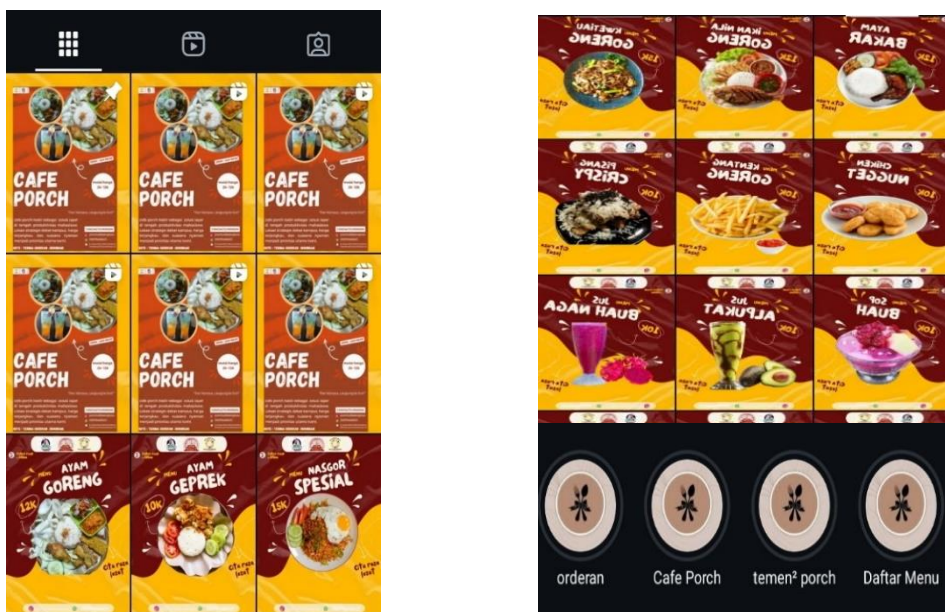
Gambar 2. Pembagian Browser Promosi Secara online

Kegiatan promosi offline melalui pembagian brosur kepada masyarakat dan mahasiswa memberikan banyak keuntungan bagi **PORCH FOOD DRINK** yang berlokasi di Jl. Telaga Dewa, Selebar, Kota Bengkulu. Strategi ini memungkinkan penyebaran informasi secara langsung dan personal kepada target pasar, terutama mahasiswa yang merupakan segmen aktif dan potensial. Brosur yang menarik dan informatif dapat meningkatkan kesadaran merek (brand awareness), memperkenalkan menu dan promo yang ditawarkan, serta mendorong minat untuk berkunjung ke lokasi. Selain itu, promosi offline ini menjangkau audiens yang mungkin belum aktif di media sosial, sehingga membantu memperluas cakupan pemasaran secara menyeluruh. Dengan pendekatan tatap muka, interaksi yang terjalin juga dapat membangun kedekatan dan citra positif terhadap usaha secara langsung di mata masyarakat.

4. Spanduk Dan Postingan Instagram

Dalam rangka meningkatkan daya tarik visual dan efektivitas promosi, **PORCH FOOD DRINK** yang berlokasi di Jl. Telaga Dewa, Selebar, Kota Bengkulu, melakukan pembuatan serta perapian tata letak spanduk dan postingan

Instagram. Spanduk didesain secara strategis dengan tampilan yang mencolok dan informatif agar mudah menarik perhatian masyarakat yang melintas, sementara tata letak konten di Instagram disusun dengan estetika visual yang rapi dan konsisten untuk menciptakan branding yang kuat. Penataan ini tidak hanya memperindah tampilan promosi, tetapi juga memudahkan pelanggan dalam memahami informasi menu, promo, serta lokasi. Dengan perpaduan antara promosi offline dan online yang tertata dengan baik, PORCH FOOD DRINK semakin siap menjangkau lebih banyak pelanggan dan membangun citra usaha yang profesional serta menarik di mata publik.



Gambar 3. Spanduk Dan Perapian Postingan Instagram

Pembuatan dan perapian tata letak spanduk serta postingan Instagram memberikan banyak keuntungan bagi **PORCH FOOD DRINK** yang berlokasi di Jl. Telaga Dewa, Selebar, Kota Bengkulu. Spanduk yang dirancang dengan tata letak yang menarik dan informatif mampu menarik perhatian masyarakat secara langsung di lingkungan sekitar, meningkatkan visibilitas tempat usaha, dan memperkuat identitas brand secara offline. Sementara itu, perapian feed Instagram

menciptakan tampilan visual yang lebih profesional, estetik, dan konsisten, sehingga mampu menarik lebih banyak pengikut, meningkatkan interaksi, dan membangun kepercayaan calon pelanggan secara online. Kombinasi strategi visual ini tidak hanya memperkuat kesan pertama, tetapi juga memberikan pengalaman promosi yang terpadu dan efektif, baik untuk audiens offline maupun online.

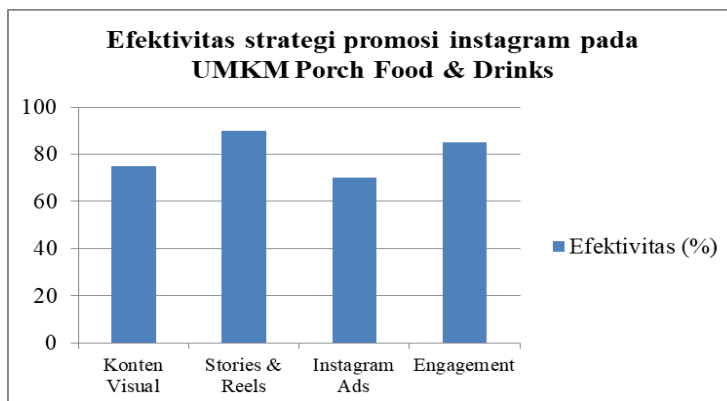
UMKM ini aktif memposting sebanyak 2 hingga 3 kali, dan tingkat interaksinya tergolong ada. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya likes, komentar, dan penyimpanan konten yang dilakukan oleh para pengikut. Gambar di bawah ini menggambarkan tingkat engagement dari konten promosi yang dipublikasi.

Variabel sebagai berikut:

NO	Variabel	Konsep penjelasan
1.	Strategi Promosi UMKM	Teknik atau cara yang digunakan UMKM untuk memasarkan produk melalui Instagram.
2.	Penggunaan Media Sosial (Instagram)	Bagaimana Instagram dimanfaatkan (fitur, konten, interaksi, dll).
3.	Jenis Konten Promosi yang Digunakan	Foto makanan, video behind-the-scenes, testimoni, promo, reels, story, dll.

4.	Efektivitas Strategi Promosi	Persepsi pelaku usaha terhadap hasil dari strategi (menarik pelanggan, omzet naik).
5.	Respons atau Engagement Konsumen	Jumlah like, komentar, share, atau peningkatan kunjungan setelah promosi.
6.	Kendala dalam Promosi Digital	Misalnya: keterbatasan SDM, kurangnya pemahaman fitur IG, biaya, dll.

4. EFEKTIVITAS STRATEGI PROMOSI INSTAGRAM PADA UMKM PORCH FOOD & DRINK



- Konten Visual sangat penting karena menjadi daya tarik utama. Gambar/video berkualitas tinggi meningkatkan minat pelanggan.
- Storie & Reels memberikan informasi cepat dan bisa menjangkau lebih banyak audiens dengan format yang santai dan kreatif.
- Instagram Ads memberi jangkauan luas dan bisa ditargetkan secara spesifik, namun memerlukan biaya.

- d. Engagement interaksi langsung dengan followers (komentar, DM, polling) sangat efektif dalam membangun loyalitas pelanggan.

Jadi dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa engagement langsung dengan pelanggan dan konten visual merupakan strategi paling efektif. bahwa personalisasi dan interaktivitas adalah kunci sukses dalam pemasaran digital berbasis media sosial. Implikasi dari hasil ini menunjukkan bahwa UMKM harus fokus pada komunikasi dua arah dan konten menarik agar promosi melalui Instagram berdampak signifikan terhadap pertumbuhan bisnis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap strategi promosi berbasis Instagram yang dijalankan oleh UMKM Porch Food Drink, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram, telah dimanfaatkan secara optimal sebagai alat utama pemasaran. Dengan mengombinasikan konten visual yang menarik (foto produk, video pembuatan, dan testimoni pelanggan), strategi kolaborasi dengan mahasiswa UIN FATMAWATI SOEKARNO BENGKULU, UMKM ini berhasil meningkatkan keterlibatan pengguna dan memperluas jangkauan audiens. Tingginya tingkat interaksi menunjukkan bahwa pendekatan digital marketing yang dilakukan cukup efektif dalam membangun hubungan dengan pelanggan dan memperkuat citra merek.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, memberikan kontribusi signifikan dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk UMKM Porch Food Drink. Strategi promosi yang berbasis konten visual seperti foto, video pendek, dan testimoni pelanggan mampu membangun citra produk yang positif dan mendorong interaksi aktif dari pengguna. Fitur-fitur Instagram seperti feed, reels, dan stories digunakan secara efektif untuk menyampaikan informasi promosi

secara kreatif dan persuasif. Meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan alat dokumentasi dan jaringan internet yang kurang stabil, upaya promosi digital yang dilakukan tetap menunjukkan hasil yang menjanjikan.

UMKM Porch Food Drink disarankan untuk terus meningkatkan kualitas dan konsistensi konten promosi, memanfaatkan fitur analitik Instagram dalam mengevaluasi performa kampanye, serta memperkuat keterlibatan dengan konsumen melalui interaksi yang lebih intensif. Dengan strategi yang terarah dan adaptif terhadap tren digital, UMKM ini berpotensi untuk tumbuh lebih kompetitif di tengah persaingan industri makanan dan minuman yang semakin dinamis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam proses penyusunan jurnal ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada para narasumber dari UMKM sektor Porch Food & Drink di Jl. Telaga Dewa, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang sangat berguna. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada dosen pembimbing serta rekan-rekan yang turut memberikan masukan dan motivasi selama proses penelitian ini berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Agustine, N., Kusumaningrum, R., Nurkinan, N., 2023. Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Makanan@ Mochi_Momi Dalam Promosi Melalui Instagram. *Innov. J. Soc. Sci. Res.* 3, 10356–10371.

Ahmadi, M.A., Shobahiya, M., Prakosa, B.P., Hidayah, J.N., Sulistianingsih, E., Surakarta, M., 2024. STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN INFLUENCER MARKETING DALAM PEMBUATAN VIDEO PROMOSI OUTLET OLEH-OLEH Di Indonesia Pariwisata merupakan penunjang pendapatan domestik

pada sektor informal , sekaligus penyumbang lapangan pekerjaan bagi angkatan Dikutip 02, 1–17.

Bpr, D.I., Dana, S., Surakarta, M., Setiawan, A., Nim, K., 2009. perpustakaan.uns.ac.id digilib.uns.ac.id.

Butar, M.B., Cangara, H., Wahid, U., 2022. STRATEGI KOMUNIKASI PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM KEGIATAN PROMOSI KULINER @ POLKADOTKITCHEN makanan dan minuman tumbuh semakin pemenuhan kebutuhan hidup manusia . Hal dan minuman sangat diminati oleh merambah hingga ke media online . Perkembangan teknologi VII, 17–33.

Ilmu, J., Dan, K., Politik, S., Afriadi, I., Susanto, R.D., 2025. Strategi Instagram Sebagai Digital Marketing Dalam Promosi Kuliner Bir Pletok Alifah Bagi Pelaku UMKM Jakarta Utara 02, 903–907.

Nur Ahmas, A.A., Sutrisno, T., Ratnasari, I., 2022. Upaya Peningkatan Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Inovasi Desain Kemasan Dan Pemasaran Produk Di Kabupaten Karawang. SELAPARANG J. Pengabd. Masy. Berkemajuan 6, 124.

Rahmana, A., Fauzi, M., Suyono, A.M., 2021. Pendampingan Strategi Pemasaran Digital Produk Makanan Dalam Menjalankan Bisnis Di Era New Normal Di Kota Bandung. Al-Khidmat 4, 49–57.

Ramaputra, M.A., Afifi, S., 2021. Analisis Strategi Kreatif Konten Promosi Usaha Foodies Melalui Media Sosial Instagram. J. Ilm. Manaj. Inf. dan Komun. 5, 16–35.

Romadhona, A., Putri, F.F., 2025. INFOKRIAN UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS 6, 30–43.

Zuliana, S., Rafdeadi, 2023. Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @Tembilahan.Kuliner Sebagai Media Paid Promote Umkm Di Kota Tembilahan. Jrmdk 5, 40–48.

3. Pembuatan dan Pemasangan Barcode Menu Digital

The name mentioned has sent the article on May 01, 2025 entitled "PENGARUH PENGGUNAAN QR CODE DALAM PEMESANAN MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PORCH CAFFE" and has been Approved worthy of filling out the Jurnal Cakrawala Ilmiah with P-ISSN 2808-1757 and E-ISSN 2808-1668 on Vol 4. No.10 of June 2025.

PENGARUH PENGGUNAAN QR CODE DALAM PEMESANAN MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PORCH CAFFE

Oleh

Putri Siti Alia Miranti¹, Fauzia Agustine², Ria Fitriani³, Tina Azzani⁴, Mulyana Jihad⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Email: ¹Putrimiranti966@gmail.com, ²fauziaagustine88@gmail.com,

³riafitriani269@gmail.com, ⁴tinaazzani244@gmail.com,

⁵mulyanajihad826@gmail.com

Article History:

Received: 28-04-2025

Revised: 05-05-2025

Accepted: 31-05-2025

Keywords:

QR Code, Service
Digitization, Menu
Ordering, Customer
Satisfaction, Culinary
Industry

Abstract: This study aims to determine the effect of QR code usage in ordering menus on consumer satisfaction at Porch Caffe. This study uses a quantitative method with a descriptive approach. Respondents in this study were Porch Caffe consumers who had used QR codes in ordering. The sampling technique used accidental sampling technique with 105 respondents. Data collection techniques used observation, questionnaires, and documentation. The data obtained were analyzed using simple linear regression, t-test, and coefficient of determination. The results showed that the use of QR codes had a significant effect on consumer satisfaction with a t count value (3.178) > t table (1.927). The coefficient of determination of 8.9%

indicates that the variable of QR code usage only has a small effect on consumer satisfaction, the rest is influenced by other variables outside this study.

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) telah menciptakan transformasi besar dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat. Salah satu manifestasi paling nyata dari perkembangan tersebut adalah digitalisasi dalam berbagai lini kehidupan, termasuk di sektor jasa dan pelayanan. Menurut Badan Pusat Statistik (2021), lebih dari setengah populasi Indonesia, yaitu sebesar 53,73%, telah menggunakan internet pada tahun 2020. Pandemi Covid-19 mempercepat adopsi teknologi digital secara masif, di mana masyarakat mulai mengubah pola interaksi dan konsumsi menjadi serba daring. Aktivitas seperti bekerja, belajar, berbelanja, hingga bersantap di restoran kini banyak dilakukan dengan meminimalisir kontak fisik secara langsung.

Perubahan kondisi eksternal akibat pandemi menciptakan kondisi ideal bagi percepatan transformasi digital, termasuk dalam industri makanan dan minuman. Dalam situasi ini, restoran dituntut untuk beradaptasi dengan menerapkan protokol kesehatan berbasis digital, salah satunya dengan menggunakan sistem *contactless menu* melalui pemindaian kode QR. Sistem ini memungkinkan pelanggan untuk mengakses menu dan melakukan pemesanan langsung dari perangkat mereka, tanpa kontak fisik dengan staf maupun menu fisik. Hal ini sejalan dengan konsep *touchless service* dalam teori layanan modern yang menekankan pada efisiensi, keamanan, dan kenyamanan pelanggan dalam situasi pasca-pandemi.

Namun demikian, implementasi sistem digital tidak selalu berjalan mulus. Kenyataannya, adopsi teknologi yang cepat belum tentu diiringi dengan kesiapan infrastruktur, kompetensi pengguna, dan integrasi sistem layanan yang memadai.

Hal ini terlihat pada kasus *Porch Caffè*, salah satu kafe di Bengkulu yang telah menerapkan sistem pemesanan menu berbasis QR code. Berdasarkan observasi awal dan wawancara dengan beberapa pelanggan, ditemukan berbagai kendala seperti kesulitan pelanggan dalam menggunakan sistem QR, ketergantungan pada jaringan internet yang stabil, hingga waktu tunggu pemesanan yang dianggap terlalu lama meskipun kafe dalam kondisi tidak padat pengunjung. Akibatnya, sebagian pelanggan merasa tidak puas terhadap layanan yang diberikan.

Secara teoritis (Akbar, 2022) perilaku pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Penerimaan terhadap sistem digital seperti QR code akan sangat bergantung pada faktor-faktor tersebut. Oleh karena itu, penting untuk mengukur bagaimana penggunaan teknologi ini memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan secara kuantitatif dan sistematis (Akbar, 2022).

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk menilai efektivitas transformasi digital di sektor pelayanan makanan dan minuman, khususnya pada usaha skala menengah seperti *Porch Caffè*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan sistem pemesanan berbasis QR, serta menjadi acuan bagi peningkatan kualitas layanan.

LANDASAN TEORI

1. Konsumen dan Perilaku Konsumen

Dalam konteks pemasaran modern, **konsumen** tidak hanya dipandang sebagai pihak yang membeli produk, tetapi sebagai aktor aktif yang membentuk nilai melalui pengalaman penggunaan (Ginting et al., 2020). Perilaku konsumen mencerminkan proses psikologis dan sosial yang mendasari keputusan mereka dalam

memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau layanan (Perangin-Angin, 2019).

Faktor-faktor seperti motivasi, persepsi, sikap, dan gaya hidup memengaruhi perilaku konsumsi, terlebih dalam konteks era digital yang semakin menekankan pada pengalaman berbasis teknologi (Suryani et al., 2020). Oleh karena itu, pemahaman tentang karakteristik dan preferensi konsumen digital sangat penting dalam mengembangkan strategi pelayanan berbasis teknologi seperti penggunaan QR code.

2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah respons emosional terhadap evaluasi pengalaman konsumsi, dan merupakan hasil perbandingan antara harapan sebelum pembelian dan persepsi atas kinerja aktual produk atau layanan (Darmawan et al., 2020). Kepuasan memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas pelanggan, word-of-mouth positif, dan niat beli ulang (Saodin, 2021). Dalam konteks layanan digital, seperti restoran yang menggunakan teknologi QR, kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemudahan sistem dan pengalaman penggunaan teknologi.

3. Teknologi dan Adopsi Inovasi

Teknologi informasi memainkan peran sentral dalam transformasi pengalaman konsumen. Salah satu pendekatan teoritis yang umum digunakan untuk memahami penerimaan teknologi adalah **Technology Acceptance Model (TAM)** yang dikembangkan (Munawarah & Rusdi, 2022). TAM menjelaskan bahwa dua konstruk utama — *perceived usefulness* (kemanfaatan

yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan) — merupakan faktor penting yang mempengaruhi sikap dan niat individu dalam menggunakan suatu teknologi.

Penggunaan TAM telah banyak diadopsi dalam penelitian teknologi digital. Salah satunya adalah penelitian oleh **Taufik Hidayat dan Dilla Selika Canta (2022)** yang berjudul “*Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Penerapan Aplikasi Tokopedia dengan Menggunakan Metode TAM*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menunjukkan bahwa mahasiswa STMIK BI Balikpapan merasa puas dalam menggunakan aplikasi Tokopedia. Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian terhadap **kepuasan pengguna/konsumen** serta penggunaan **kerangka teori TAM**. Namun, terdapat perbedaan dalam jumlah variabel yang digunakan. Penelitian Taufik dan Dilla menggunakan **lima variabel TAM**, sementara penelitian ini hanya menggunakan **dua variabel utama TAM**, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

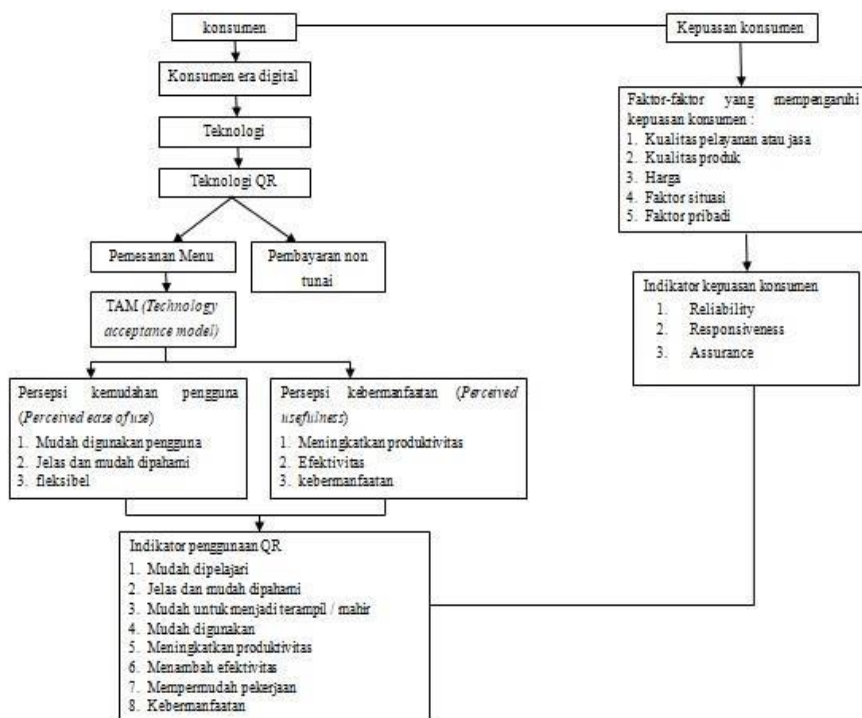
4. Penggunaan Kode QR dalam Layanan Konsumen

Kode QR (Quick Response Code) adalah teknologi dua dimensi yang memungkinkan pengguna mengakses informasi secara instan melalui pemindaian dengan perangkat seluler. Dalam sektor layanan seperti restoran dan retail, QR code telah menjadi solusi digital yang mendukung layanan mandiri, meminimalkan kontak fisik, dan mempercepat proses transaksi.

Menurut (Ramadhan, 2022), penggunaan QR code dalam layanan konsumen dapat meningkatkan persepsi efisiensi,

kepraktisan, dan keamanan, yang berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan. Penggunaan QR juga mencerminkan pergeseran preferensi konsumen ke arah pengalaman layanan yang cepat, fleksibel, dan berbasis teknologi. Dalam konteks ini, integrasi teknologi QR dengan prinsip-prinsip dari TAM menjadi penting untuk mengevaluasi bagaimana teknologi tersebut diterima dan dirasakan oleh konsumen.

5. Kerangka Berpikir



Di era digital, konsumen semakin terbiasa dengan teknologi, termasuk penggunaan **kode QR** di restoran untuk pemesanan menu dan pembayaran non-tunai. Penelitian ini menggunakan **Technology Acceptance Model (TAM)** yang mencakup dua konstruk utama: **persepsi kemudahan penggunaan** dan **persepsi**

kebermanfaatan. Indikator penggunaan QR meliputi: mudah dipelajari, mudah digunakan, jelas, meningkatkan produktivitas, efektivitas, serta mempermudah pekerjaan.

6. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang akan diuji secara empiris. Adapun rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- **H₀:** Tidak terdapat pengaruh antara penggunaan kode QR terhadap kepuasan pelanggan Porph Caffé.
- **H₁:** Terdapat pengaruh antara penggunaan kode QR terhadap kepuasan pelanggan Porph Caffé.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Lokasi penelitian berada di Porph Caffé. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah memesan menggunakan QR code. Teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 105 responden. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, kuesioner berskala Likert, dan dokumentasi.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah penggunaan QR code, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen. Analisis data dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi menggunakan software SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan guna mengetahui valid atau tidaknya suatu instrument penelitian. Uji validitas ini nilai berpedoman pada r-tabel dan nilai r-hitung dengan pengambilan keputusan pada uji ini adalah apabila nilai positif dan r hitung $\geq$ r tabel maka item dinyatakan valid, begitu pula sebaliknya. Berdasarkan pengujian instrumen kepada 30 responden, diperoleh data sebagai berikut

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X

No pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
1	0,471	0,361	Valid
2	0,521	0,361	Valid
3	0,406	0,361	Valid
4	0,479	0,361	Valid
5	0,489	0,361	Valid
6	0,468	0,361	Valid
7	0,434	0,361	Valid
8	0,404	0,361	Valid
9	0,492	0,361	Valid
10	0,510	0,361	Valid
11	0,420	0,361	Valid
12	0,401	0,361	Valid
13	0,314	0,361	Tidak Valid
14	0,484	0,361	Valid

15	0,337	0,361	Tidak Valid
16	0,545	0,361	Valid
17	0,440	0,361	Valid
18	0,470	0,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dari 18 pernyataan yang diuji coba terdapat 16 pernyataan dengan keterangan valid dan 2 keterangan tidak valid. Maka, 16 pernyataan valid tersebut akan dijadikan instrumen untuk penelitian, sedangkan untuk 2 pernyataan tidak valid tidak digunakan untuk penelitian.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Y

No Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
1	0,476	0,361	Valid
2	0,602	0,361	Valid
3	0,463	0,361	Valid
4	0,448	0,361	Valid
5	0,622	0,361	Valid
6	0,664	0,361	Valid
7	0,477	0,361	Valid
8	0,551	0,361	Valid
9	0,479	0,361	Valid
10	0,566	0,361	Valid
11	0,400	0,361	Valid
12	0,451	0,361	Valid
13	0,552	0,361	Valid
14	0,491	0,361	Valid

15	0,530	0,361	Valid
16	0,527	0,361	Valid
17	0,583	0,361	Valid
18	0,527	0,361	Valid
19	0,319	0,361	Tidak Valid
20	0,328	0,361	Tidak Valid
21	0,473	0,361	Valid
	0,616	0,361	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dari 22 pernyataan terdapat 20 pernyataan valid dan 2 pernyataan tidak valid. Maka 20 pernyataan valid tersebut akan dijadikan instrumen dalam penelitian, sedangkan 2 pernyataan tidak valid tidak akan digunakan pada penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk meninjau konsistensi dari instrumen yang digunakan. Pengujian reliabilitas ini mengacu pada nilai *cronbach alpha*, dimana variabel dinyatakan reliable apabila memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,6

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Penggunaan Kode QR (X)	0,759	0,6	Reliable
Kepuasan Konsumen (Y)	0,863	0,6	Reliable

Berdasarkan tabel diatas, variabel penggunaan kode QR (X)

mempunyai nilai *cronbach alpha* 0,759 sehingga variabel ini dinyatakan reliable. Begitupun dengan variabel kepuasan konsumen (Y) yang memiliki nilai *cronbach alpha* 0,863 sehingga dinyatakan reliable.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal atau tidak normal. Uji ini menggunakan metode kolmogorov smirnov dengan acuan jika nilai signikansi < 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signififikasi > 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan tabel diatas, nilai signififikasi 0,061 dimana nilai

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.96666761
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.044
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.061 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

tersebut lebih besar daripada 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan kode QR dan variabel kepuasan konsumen memiliki data yang berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel terikat dan variabel bebas mempunyai hubungan linier. Dua variabel dapat dikatakan linier apabila nilai signifikansi pada kolom *deviation for linearity* $> 0,05$.

Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Penggunaan Kode QR	Between Groups	(Combined)	188.588	12	15.716	1.771	.065
		Linearity	89.731	1	89.731	10.111	.002
		Deviation from Linearity	98.856	11	8.987	1.013	.442
	Within Groups		816.460	92	8.875		
	Total		1005.048	104			

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikasi *deviation from linearity* 0,442 dimana nilai tersebut lebih besar daripada 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier pada variabel penggunaan kode QR dan variabel kepuasan konsumen.

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan independen memiliki varians yang sama. Pengujian ini mengacu pada output *test of homogeneity of variances* dengan kriteria jika signifikansi $< 0,05$ maka varians kelompok data tidak sama, sedangkan jika signifikansi $> 0,05$ maka varian kelompok data adalah sama.

Tabel 4.11 Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

Kepuasan Konsumen

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.769	10	92	.077

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi pada output *homogeneity of variances* adalah 0,077 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa varian data variabel penggunaan kode QR dan kepuasan konsumen adalah sama.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Sederhana

Uji regresi dilakukan untuk mengetahui bagaimana variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini digunakan uji regresi sederhana dikarenakan hanya terdapat 2 variabel yaitu penggunaan kode QR sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat.

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	62.456	8.433		7.406	.000
Penggunaan Kode QR	.374	.118	.299	3.178	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas, didapatkan nilai konstanta sebesar 62.456 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,374. Maka dapat dijelaskan pada persamaan regresi berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana

Y : kepuasan

konsumen X : Penggunaan

kode QR

Dari output didapatkan model regresi berikut :

$$Y = 62.456 + 0,374X$$

Dengan demikian persamaan regresi diatas memiliki makna dinilai kontanta 62.456 artinya apabila penggunaan kode QR itu tetap atau tidak meningkat maka kepuasan konsumen akan tetap bernilai 62.456. koefisien regresi sebesar 0,374 positif yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya jika penggunaan kode QR ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,374 satuan.

b. Uji T (Uji Koefisien Regresi sederhana secara parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian ini menggunakan acuan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 4.13 Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	62.456	8.433		.000
	Penggunaan Kode QR	.374	.118	.299	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas t_{hitung} pada penggunaan kode QR adalah 3.178. pada pencarian t_{tabel} diketahui signifikan $0,05/2 = 0,025$ dengan distribusi $t = n-k-1$ atau $105-2-1 = 102$. Diketahui nilai t_{tabel} pada signifikansi 0,025 dan pada jumlah sampel 102 adalah 1.927. maka dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.178 > 1.927$) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu ($0.002 < 0.05$) berarti terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel

penggunaan kode QR terhadap kepuasan konsumen.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.299 ^a	.089	.080	2.981

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Kode QR

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat pada kolom *R square* dengan nilai 0,089 (8,9%). Maka menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang didapatkan dimana variabel penggunaan kode QR memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 8,9%. Sedangkan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang perlu diteliti lebih lanjut.

Pembahasan

Sebelum pandemi Covid-19, pemesanan menu di restoran umumnya dilakukan secara manual, yaitu konsumen menyampaikan pesanan langsung kepada pelayan. Namun, metode ini memiliki keterbatasan, terutama saat restoran ramai, karena konsumen harus menunggu pelayan yang sedang mencatat pesanan pelanggan lain. Pandemi Covid-19 membawa perubahan besar, termasuk dalam interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan. Untuk meminimalisasi kontak langsung, restoran Porch Caffe mengadopsi inovasi pemesanan digital melalui kode QR.

Penerapan kode QR sebagai metode pemesanan menu di Porch Caffé dimulai pada Desember 2021. Setiap meja pelanggan dilengkapi dengan QR code yang dapat dipindai menggunakan perangkat *smartphone*. Kode ini langsung terhubung dengan sistem digital restoran dan mengarahkan pelanggan ke halaman pemesanan. Nomor meja terintegrasi secara otomatis sehingga pesanan yang masuk langsung ditujukan ke lokasi yang benar tanpa campur tangan pelayan.

Dalam tampilan awal, pelanggan dapat mengakses menu sebagai tamu atau memasukkan nomor telepon. Menu terbagi ke dalam beberapa kategori seperti *sushi roll*, *ramen*, dan *donburi*. Setelah memilih makanan, pelanggan diarahkan ke halaman konfirmasi pesanan, kemudian ke halaman *order information* yang menampilkan ID pesanan dan nomor *antrean*. Sistem ini langsung mengirim pesanan ke dapur untuk diproses, sehingga mempercepat layanan dan mengurangi kesalahan.

Berdasarkan hasil uji regresi, nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dan *t* hitung sebesar $3,178 > t_{\text{tabel}}$ sebesar 1,927, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan QR code dalam pemesanan menu terhadap kepuasan konsumen.

Penemuan ini sejalan dengan penelitian Alberliana et al. yang menyimpulkan bahwa penggunaan QR code meningkatkan efisiensi dan fleksibilitas pemesanan. Hal ini diperkuat oleh Vuksanovic, yang menekankan bahwa QR code menyederhanakan proses bagi konsumen serta memperkaya pengalaman pengguna. Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* oleh Jogiyanto, penerimaan teknologi oleh individu ditentukan oleh dua faktor utama: persepsi kemudahan dan persepsi kebermanfaatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

konsumen merasa QR code mudah digunakan dan memberikan manfaat nyata seperti efisiensi waktu dan kemudahan dalam mengakses menu.

Konsumen juga menyampaikan bahwa pemesanan menggunakan QR code memudahkan mereka dalam melakukan pemesanan ulang, mengurangi waktu tunggu, dan meningkatkan kenyamanan karena tidak perlu memanggil pelayan. Selain itu, pesanan yang langsung terhubung ke dapur juga mempercepat proses penyajian dan mengurangi risiko kesalahan.

Namun demikian, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R square hanya sebesar 0,089. Artinya, penggunaan QR code hanya menjelaskan 8,9% dari variasi kepuasan konsumen, sementara 91,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat berupa kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, kondisi lingkungan, serta faktor pribadi pelanggan.

Penemuan ini sejalan dengan penelitian oleh Aisyah dan Tuti yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh metode pemesanan, tetapi juga oleh kualitas produk dan harga. Maka, meskipun QR code berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan, perbaikan dari sisi pelayanan secara menyeluruh tetap diperlukan.

KESIMPULAN

Penggunaan kode QR dalam pemesanan menu terbukti memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Porch Caffé. Walaupun kontribusinya relatif kecil (8,9%), namun secara statistik signifikan. Penggunaan teknologi QR perlu diimbangi dengan kesiapan infrastruktur, pelatihan bagi pegawai, dan edukasi kepada pelanggan.

SARAN

Porch Caffee disarankan untuk:

1. Meningkatkan sosialisasi penggunaan QR kepada pelanggan melalui petunjuk visual yang jelas.
2. Menyediakan koneksi Wi-Fi yang stabil.
3. Menyediakan alternatif manual sebagai antisipasi kendala teknis.
4. Mempercepat pelayanan penyajian agar kepuasan pelanggan meningkat secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS Pada UMKM Selama Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Di Kota Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Darmawan, D., Arifin, S., & Purwanto, F. (2020). Studi tentang persepsi nilai, kepuasan dan retensi pelanggan kapal penyeberangan ujung-kamal. *Jurnal Baruna Horizon*, 3(1), 198–209.
- Ginting, A., Lioe, S., & Widjaja, S. (2020). Hubungan Teknologi, Manfaat Strategis dan Nilai dalam Konteks Berbasis Perspektif Ekosistem Layanan Peran Kepribadian Sebagai Variabel Moderator. *Kaji Brand Indones Vo2*, 2.
- Munawarah, C., & Rusdi, R. (2022). Penerimaan Sistem Aplikasi Pegadaian Syariah Digital dalam Proses Transaksi Nasabah. *Regress: Journal of Economics & Management*, 2(2), 305–312.
- Perangin-Angin, A. P. (2019). *Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Sepeda Motor Honda Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Ud. Saribudolocsk Motor)*. Universitas Quality.

- Ramadhan, A. (2022). *Analisis Faktor Faktor Yang Memengaruhi Konsumen M-Banking Bca Untuk Terus Menggunakan Layanan M-Banking Bca*.
- Saodin, S. (2021). Pengaruh E-Servqual Terhadap E-Satisfaction, E-Wom Dan Online Repurchase Intention. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Jurnal Ilmiah Multi Science*, 12(1), 15–30.
- Suryani, T., MM, P., Nurhadi, M., Kom, S., & Fauzi, A. A. (2020). *E-marketing Bagi UKM: Strategi Periklanan, Website & Media Sosial*. Jakad Media Publishing.

4. Penataan dan Pendampingan Laporan Keuangan Sederhana

<https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jpmt/>

LETTER OF ACCEPTANCE FOR SCIENTIFIC ARTICLES PUBLICATION No.
67/JPMT/LoA/5-IX/2025 Chief of Editor Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu
(JPMT) has decided that the name article below has been accepted on JPMT and
will be published in Vol 9 No 5 2025.

ANALISIS PENGELOLAAN KEUANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) PADA USAHA PORCH CAFÉ FOOD & DRINK KOTA BENGKULU

**Rizky Wahyuni¹, Nopramadi², Sadewa Erlangga³, Maulina Yulianti⁴, Anita
Ervina⁵, Evan Stiawan⁶, Katra Pramadeka⁷**

*wahyunirizky048@gmail.com¹, nopramadi123@gmail.com²,
sadewaerlangga31@gmail.com³, maulinayulianti67@gmail.com⁴,
erpinaanita@gmail.com⁵, evan@mail.uinfabengkulu.ac.id⁶,
katra.pramadeka@mail.uinfabengkulu.ac.id⁷*

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan keuangan yang diterapkan oleh pelaku usaha Porch Cafe dalam kategori UMKM dan bagaimana kendala yang dihadapi dalam pengelolaan keuangan tersebut. Metode yang digunakan adalah Penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha telah menerapkan empat tahapan pengelolaan keuangan yang meliputi perencanaan, pencatatan, pelaporan, dan pengendalian. Meskipun demikian, praktik pengelolaan yang diterapkan masih bersifat sederhana dan belum didukung oleh sistem yang memadai. Beberapa kendala utama yang ditemukan dalam pengelolaan keuangan UMKM antara lain rendahnya literasi keuangan di kalangan pelaku usaha, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten, minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam pencatatan keuangan, serta terbatasnya akses terhadap pembiayaan formal. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan adanya peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui program pelatihan yang terstruktur, adopsi teknologi dalam proses pencatatan keuangan, serta dukungan kebijakan pemerintah yang dapat membantu menciptakan ekosistem usaha yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing UMKM di pasar.

Kata Kunci: Pengelolaan Keuangan, UMKM, Kafe.

ABSTRACT

This study aims to determine the financial management implemented by Porch Cafe business actors in the MSME category and what obstacles are faced in financial management. The method used is qualitative research with a descriptive research type. The results of the study indicate that most business actors have implemented four stages of financial management including planning, recording, reporting, and controlling. However, the management practices implemented are still simple and not supported by an adequate system. Some of the main obstacles found in MSME financial management include low financial literacy among business actors, limited competent human resources, minimal use of digital technology in financial recording, and limited access to formal financing. Therefore, this study suggests increasing the capacity of MSME actors through structured training programs, adopting technology in the financial recording process, and supporting government policies that can help create a sustainable business ecosystem and increase the competitiveness of MSMEs in the market.

Keywords: Financial Management, UMKM, Café.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dikenal sebagai sektor usaha yang memiliki ketahanan tinggi dalam menghadapi krisis ekonomi. UMKM mampu tetap menjalankan operasionalnya serta menyerap tenaga kerja karena mengandalkan sumber daya lokal, seperti tenaga manusia, modal, bahan baku, dan peralatan. Selain itu, UMKM cenderung tidak bergantung pada pembiayaan dari perbankan, melainkan lebih mengandalkan modal sendiri. Oleh sebab itu, UMKM dipandang sebagai pilar utama perekonomian di berbagai negara, termasuk Indonesia, karena kontribusinya dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mengurangi tingkat kemiskinan.¹

UMKM merupakan sektor yang terbukti tangguh menghadapi berbagai krisis ekonomi di Indonesia. Ketangguhan ini didukung oleh kedekatan UMKM dengan masyarakat, sehingga produk mereka cepat terserap pasar. Selain itu, UMKM umumnya memanfaatkan sumber daya lokal, baik tenaga kerja, bahan baku, maupun peralatan, sehingga tidak tergantung pada impor dan tidak terlalu terdampak fluktuasi mata uang global.² Banyak UMKM juga tidak bergantung pada pembiayaan dari

bank, sehingga relatif stabil.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam penciptaan lapangan kerja, distribusi pendapatan, dan penguatan ekonomi lokal. Salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat adalah usaha kafe, yang tidak hanya menawarkan produk kuliner, tetapi juga pengalaman sosial dan gaya hidup. Meskipun memiliki prospek yang menjanjikan, banyak usaha kafe berskala kecil dan menengah menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan yang efektif, yang sering kali menjadi penyebab utama kegagalan bisnis di tahap awal.

Bagi pemilik usaha kafe, penerapan manajemen keuangan yang efektif serta strategi pengembangan usaha yang terencana merupakan aspek yang sangat krusial. Pengelolaan keuangan yang dilakukan secara sistematis, transparan, dan akurat tidak hanya mencerminkan tata kelola usaha yang baik, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. Apabila pelaku usaha mampu menerapkan praktik tersebut secara konsisten, maka peluang untuk mengembangkan usaha dari skala kecil menjadi menengah, bahkan berkembang menjadi perusahaan berskala besar, akan semakin terbuka.

Manajemen keuangan merupakan serangkaian aktivitas yang berkaitan dengan perolehan, pendanaan, dan pengelolaan aset perusahaan, yang bertujuan untuk mendukung kelangsungan dan pertumbuhan usaha. Kegiatan penghimpunan dana difokuskan pada pengambilan keputusan investasi yang berorientasi pada pencapaian keuntungan. Alokasi dana bertujuan mengatur penggunaan dana secara optimal, sehingga pemilik usaha perlu memahami pengelolaan keuangan untuk meningkatkan kinerja dan efisiensi usaha.

Porch Café Food & Drink merupakan salah satu cafe yang berada di Jalan Telaga Dewa, Pagar Dewa, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu yang berdiri sejak bulan Desember tahun 2020. Porch Cafe merupakan tempat yang selalu ramai pelanggan. Baik siang hingga malam hari. Terlebih lagi muda-mudi, terkhusus mahasiswa UINFAS Bengkulu yang dekat dengan lokasi Porch Cafe tersebut. Terdapat berbagai macam menu kopi, teh, dan makanan.

Ramadhan Ade Putra

(31) selaku pemilik Porch Cafe menyebutkan bahwa cafenya itu selalu ramai. Harga yang di jual pun cukup terjangkau bagi anak kuliah. Mulai dari Rp.5000 hingga Rp.10,000/porsinya, baik itu minuman maupun makanan. Adapun makanan favorit atau menu best seller cafe porch yaitu ayam goreng sambal matah dan ayam geprek. Sedangkan untuk

minumannya yaitu es cappucino dan es buah. Porch cafe ini selain digemari dari makanan dan minuman, juga yang membuat ramai dan sehingga mahasiswa betah disini, baik itu mau buat tugas, Mabar game online ataupun sekadar nongkrong, karena tidak adanya batas waktu, jadi bisa berlama-lama duduk di Porch Cafe, dan juga memiliki fasilitas seperti tempat yang luas, Kamar mandi dan ada Wifi. Dengan modal awal sekitar Rp.50.000.000, Pemilik Porch Cafe menyebutkan bahwa omzet dari penjualannya itu mencapai Rp. 4.480.000/minggunya. Mulai buka dari hari Senin-Sabtu, pukul 08.00 hingga 23.00 WIB.

Meskipun demikian, pengelolaan keuangan merupakan tantangan yang tetap perlu diperhatikan. Menjalankan sebuah kafe membutuhkan manajemen keuangan yang baik

untuk mengelola biaya operasional, persediaan bahan baku, dan memastikan keuntungan yang stabil dalam jangka panjang. Pengelolaan keuangan yang efektif merupakan faktor krusial dalam mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan usaha, termasuk usaha kafe yang tergolong dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Praktik pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu pelaku usaha dalam membuat keputusan strategis, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperluas peluang pengembangan usaha. Namun, dalam realitasnya, masih banyak pelaku usaha kafe UMKM yang belum menerapkan sistem keuangan secara optimal. Mereka sering kali menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan pemahaman akuntansi, minimnya pemanfaatan teknologi keuangan, serta kurangnya kesadaran akan pentingnya pencatatan dan pelaporan yang akurat. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini merumuskan dua permasalahan utama, yaitu bagaimana pengelolaan keuangan yang diterapkan oleh pelaku usaha Porch Cafe dalam kategori UMKM dan bagaimana kendala yang dihadapi dalam pengelolaan keuangan tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif menitikberatkan pada perspektif subjek, proses, dan makna yang muncul dalam konteks alami. Peneliti dituntut menyusun gambaran yang holistik dengan menganalisis data berupa kata-kata, opini, serta informasi dari informan, dan menyusunnya ke dalam laporan secara sistematis.⁴ Konteks pada penelitian ini berfokus pada Porch Café Food & Drink, Jalan Telaga Dewa, Pagar Dewa, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu. Populasi dalam penelitian ini adalah pengelolaan keuangan

yang digunakan oleh Porch Café. Sampel dalam penelitian ini adalah perencanaan, pencatatan, pelaporan, dan pengendalian pada Porch Café.

Informan Penelitian

Informan penelitian adalah individu yang memberikan data relevan berdasarkan pengetahuan, pengalaman, atau pandangan terkait topik penelitian. Dalam penelitian ini, informannya adalah Ramadhan Ade Putra, pemilik Forch Cafe.

Operasional dan Variabel

Tabel 1. Defenisi Operasional Variabel dan Indikator

Variabel	Defenisi Variable	Indikator Variabel	Sumber
Pengelolaan Keuangan	Pengelolaan keuangan adalah cara seseorang untuk mengelola keuangannya, melalui penggunaan anggaran, pencatatan pelaporan, pengendalian yang bertujuan untuk mencapai kestabilan ekonomi di masa depan.	1. Perencanaan 2. Pencatatan 3. Pelaporan 4. Pengendalian	Ade (2025)

Teknik Pengumpulan data

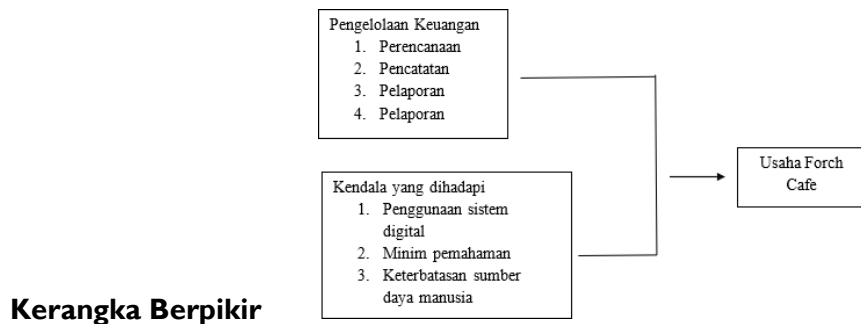
Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan obseravsi, yaitu pengamatan dilaksanakan langsung dilapangan penelitian yang akan diteliti. dari kegiatan ini akan diketahui wawancara seperti apa yang akan dilakukan, maka daripada itu individu yang melakakuan penelitian harus ada dilapangan penelitian. Tingkat peran serta peneliti yaitu mengamati pengelolaan keuangan untuk meningkatkan efisiensi dan profitabilitas Forch Cafe . Kemudian pengumpulan data yang kedua yaitu Wawancara, tujuan dilakukannya wawancara ini yaitu untuk mendapatkan data utama mengenai pengelolaan keuangan untuk meningkatkan efisiensi dan profitabilitas Forch Cafe . wawancara ini akan dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek penelitian untuk mendepatkan data-data yang dibutuhkan pada Forch Cafe mengenai pendapatan, pengeluaran serta

kendala apa yang terjadi pada pengelolaan keuangan.

Teknik Analisis Data

kajian analisis data kualitatif dapat dimulai dengan beberapa poin umum tentang keseluruhan proses. Kepada peneliti untuk menyelesaikan persoalan masalah “Bagaimana pengelolaan keuangan yang diterapkan dan bagaimana tantangan yang dihadapi oleh Forch Cafe” dengan melakukan langkah-langkah seperti Perencanaan, Pencatatan, Pelaporan, dan

Pengendalian.



Gambar 1. kerangka berpikir

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan diatas, dalam penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Dengan cara peneliti terjun langsung kelapangan melihat fenomena yang terjadi di lapangan. Data yang diperoleh melalui dua metode yaitu, metode wawancara dan metode dokumentasi dengan pemilik usaha Forch Cafe . Peneliti telah melakukan penelitian menggunakan metode wawancara dan dokumentasi kepada informan yaitu pemilik Forch Cafe .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelolaan Keuangan Yang Diterapkan Oleh Pekaku Usaha Porch Café Food & Drink Dalam Kategori UMKM

Pengelolaan keuangan adalah suatu proses strategis yang melibatkan pengelolaan aliran dana, baik dalam bentuk penerimaan maupun pengeluaran, secara efektif dan bijaksana. Proses ini berlaku dalam berbagai konteks, baik dalam skala perusahaan, usaha mandiri, maupun individu. Tujuan utama dari pengelolaan keuangan ini adalah untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, dengan memperhatikan efisiensi dan keberlanjutan.⁵

Pengelolaan keuangan dalam usaha kafe melibatkan serangkaian tahapan sistematis yang terdiri atas perencanaan, pencatatan, pelaporan, dan pengendalian keuangan. Keempat tahapan ini menjadi kerangka kerja yang saling terintegrasi dalam upaya memastikan efisiensi dan efektivitas pengelolaan dana usaha.

1. Pada tahap Perencanaan

Hasil wawancara dari pemilik usaha menyampaikan ”Sejak awal sebelum saya menjalankan usaha ini saya merencanakan berapa modal yang saya butuhkan untuk membeli produk yang akan saya jual sehingga saya berusaha untuk mendapatkan modal tersebut” Dari hasil wawancara

tersebut, dapat diketahui bahwa pemilik usaha Forch Cafe melakukan perencanaan modal awal dalam menjalankan usahanya. Selanjutnya pemilik cafe juga menyampaikan bahwa ia juga membuat anggaran bulanan untuk memastikan keuangan tetap seimbang dalam mendukung pertumbuhan bisnisnya. Hal ini didukung dengan strategi yang digunakan pemilik Forch Cafe dalam menjalankan usahanya. Straregi tersebut seperti membuat anggaran, memantau pengeluaran, dan menyesuaikan sesuai kebutuhan.

2. Pada tahap Pencatatan

Hasil wawancara dari pemilik usaha menyampaikan bahwa ia selalu melakukan pencatatan untuk penjualan, yang dimana pencatatan tersebut bertujuan untuk memudahkan dalam mengelola keuangan.

Tabel 2. Pendapatan café perhari

Tanggal	Pendapatan Perhari
RABU, 09 APRIL 2025	Rp. 1.200.000
KAMIS, 10 APRIL 2025	Rp. 1.320.000
JUMAT, 11 APRIL 2025	Rp. 1.070.000
SABTU, 12 APRIL 2025	Rp. 890.000
TOTAL	Rp. 4.480.000
MINGGU LIBUR	
SENIN, 14 APRIL 2025	Rp. 1.527.000
SELASA, 15 APRIL 2025	Rp. 1.750.000
RABU, 16 APRIL 2025	Rp. 1.115.000
KAMIS, 17 APRIL 2025	Rp. 900.000
JUMAT, 18 APRIL 2025	Rp. 1.280.000
SABTU, 19 APRIL 2025	Rp. 1.082.000
TOTAL	Rp. 7.654.000
MINGGU LIBUR	
SENIN, 21 APRIL 2025	Rp. 1.470.000
SELASA, 22 APRIL 2025	Rp. 1.340.000
RABU, 23 APRIL 2025	Rp. 1.197.000
KAMIS, 24 APRIL 2025	Rp. 1.356.000
JUMAT, 25 APRIL 2025	Rp. 1.420.000
SABTU, 26 APRIL 2025	Rp. 519.000
TOTAL	Rp. 7.302.000
MINGGU LIBUR	
SENIN, 28 APRIL 2025	Rp. 1.304.000
SELASA, 29 APRIL 2025	Rp. 1.211.000
RABU, 30 APRIL 2025	Rp. 1.473.000
KAMIS, 1 MEI 2025	Rp. 1.182.000
JUMAT, 2 MEI 2025	Rp. 1.335.000

SABTU, 3 MEI 2025	Rp.487.000
TOTAL	Rp. 6.992.000
MINGGU LIBUR	
SENIN, 5 MEI 2025	Rp. 1.512.000
SELASA, 6 MEI 2025	Rp. 1.426.000
RABU, 7 MEI 2025	Rp. 1.384.000
KAMIS, 8 MEI 2025	Rp. 1.140.000
JUMAT, 9 MEI 2025	Rp. 850.000
TOTAL	Rp. 6.312.000
Total Pendapatan sebulan	Rp. 32.740.000

3. Pelaporan Keuangan

Berdasarkan pemaparan pemilik Forch Cafe, diketahui bahwa pencatatan pada usaha ini dilakukan secara sederhana/manual. Pada tahap ini mencakup penyusunan dokumen seperti laporan laba rugi, neraca, dan arus kas yang mencerminkan posisi keuangan usaha secara periodik. Pelaporan yang akurat membantu evaluasi keuangan dan menjadi dasar pengambilan keputusan serta strategi pengembangan usaha.

Tabel 3. Pengeluaran Café Perhari

MINGGU 1	
Jumlah Belanja Perminggu	Rp. 2.313.000
Pendapatan Perminggu	Rp. 4.480.000
Untung Bersih Perminggu	Rp. 2.167.000
MINGGU 2	
Jumlah Belanja Perminggu	Rp. 2.700.000
Pendapatan Perminggu	Rp. 7.654.000
Untung Bersih Perminggu	Rp. 4.954.000
MINGGU 3	
Jumlah Belanja Perminggu	Rp. 2.520.000
Pendapatan Perminggu	Rp. 7.302.000
Untung Bersih Perminggu	Rp. 4.732.000
MINGGU 4	
Jumlah Belanja Perminggu	Rp. 1.808.000
Pendapatan Perminggu	Rp. 6.992.000
Untung Bersih Perminggu	Rp. 5.184.000
MINGGU 5	
Jumlah Belanja Perminggu	Rp. 2.092.000
Pendapatan Perminggu	Rp. 6.312.000
Untung Bersih Perminggu	Rp. 1.384.000
Total Pendapatan sebulan	Rp. 4.270.000
Total Pengeluaran Sebulan	Rp. 11.433.000

Tabel 3. Pengeluaran Café Perhari Adapun pengeluaran perbulan

termasuk biaya lain lain yaitu:

1. Biaya Bahan baku : Rp. 8.700.000
2. Biaya Operasional : Rp. 500.000
3. Biaya Listrik : Rp. 250.000
4. Biaya Air PDAM : Rp. 150.000
5. Biaya Gaji karyawan 2 orang : Rp. 2.600.000
6. Biaya Peralatan dan Perlengkapan : Rp. 500.000
7. Biaya Wifi : Rp. 380.000 Total : Rp. 13.080.000

Total seluruh pengeluaran perbulan : Rp. 11.433.000 + Rp. 13.080.000 = Rp.

24.513.000

Pendapatan perbulan – total seluruh pengeluaran perbulan : Rp. 32.740.000-

24.513.000 = Rp. 8.227.000

Jadi laba bersih yg didapat oleh café porch dari tanggal 09 April 2025 – 09 Mei 2025 yaitu Rp. 8.227.000

4. Pengendalian Keuangan

Pengendalian yang dilakukan pemilik usaha café porch mencakup pengecekan persediaan stok untuk memastikan ada produk yang cukup untuk dijual dan mengetahui produk yang paling diminati pelanggan, sehingga pemilik dapat memperbanyak stok produk tersebut. Meskipun pengendalian ini dilakukan hanya berdasarkan pengetahuan pribadi pemilik, hal ini menunjukkan kesadaran akan pentingnya pengendalian dalam menjaga kelancaran operasi usaha. Pemilik café porch telah melakukan pengendalian terhadap produk yang dijual, yang meliputi pengecekan rutin stok dan penyesuaian jumlah persediaan berdasarkan permintaan pelanggan. Hal tersebut membantu pemilik dalam memastikan ketersediaan produk yang diminati dan mencegah dalam penjualan.

Analisis keuangan merupakan suatu instrumen fundamental dalam sistem pengelolaan keuangan yang berfungsi untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi finansial suatu entitas usaha, baik dalam dimensi historis maupun pada periode berjalan. Dalam konteks usaha kafe yang termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), analisis keuangan memegang peranan strategis dalam mendukung pengambilan keputusan yang rasional dan berbasis data oleh pemilik atau pengelola usaha.

Kendala Yang Dihadapi Dalam Pengelolaan Keuangan Oleh Pekaku Usaha Porch Café Food & Drink

Meskipun pengelolaan keuangan memegang peranan strategis dalam menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan usaha, praktiknya di lapangan masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam usaha Porch Café berbagai kendala yang dihadapi terdapat dalam aspek pengelolaan keuangan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga struktural, yang secara langsung maupun tidak langsung dapat memengaruhi efektivitas dan efisiensi kegiatan operasional.

Banyak pelaku UMKM belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai prinsip dasar manajemen keuangan, termasuk dalam hal pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan, dan penggunaan data keuangan untuk pengambilan keputusan.⁶ Dalam laporan pemilik Porch Café menjelaskan bahwa usaha kafe dijalankan secara konvensional tanpa sistem keuangan yang terdokumentasi dengan baik, sehingga menyulitkan evaluasi kinerja dan perencanaan jangka panjang.

Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang kompeten di bidang keuangan juga menjadi kendala yang signifikan. Dalam pelaku usaha Porch Café merangkap sebagai manajer operasional, kasir, sekaligus pengelola keuangan, sehingga waktu dan tenaga yang tersedia untuk fokus pada aspek finansial menjadi sangat terbatas. Akibatnya, pengelolaan keuangan cenderung dilakukan secara seadanya tanpa pendekatan profesional atau penggunaan alat bantu yang memadai.

Kendala lainnya adalah minimnya akses terhadap teknologi dan sistem pencatatan digital. Banyak pelaku usaha kafe UMKM termasuk Porch Café yang belum mengadopsi perangkat lunak akuntansi atau aplikasi pencatatan keuangan sederhana, baik karena keterbatasan biaya maupun kurangnya pengetahuan mengenai manfaat teknologi tersebut. Padahal, penggunaan sistem digital dalam pengelolaan keuangan dapat meningkatkan akurasi pencatatan, memudahkan pelaporan, dan mempercepat proses analisis data keuangan sehingga memudahkan para penggunanya.⁷

Padahal penggunaan pemasaran digital tidak hanya membantu pelaku UMKM, salah satunya dalam Porch Café bermanfaat untuk memperkenalkan produk dan berinteraksi langsung dengan konsumen, tetapi juga berperan penting dalam pengelolaan keuangan yang lebih efisien. Dengan memanfaatkan platform digital, pelaku usaha kafe dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk mereka.⁸

Dengan demikian, kendala-kendala tersebut menunjukkan bahwa

pengelolaan keuangan pada usaha kafe dalam kategori UMKM masih memerlukan intervensi dari berbagai pihak, baik melalui pelatihan literasi keuangan, penguatan kapasitas SDM, fasilitasi akses teknologi, maupun kebijakan pemerintah yang mendorong penciptaan ekosistem usaha yang inklusif dan suportif terhadap perkembangan UMKM secara berkelanjutan terutama dalam Usaha Porph Café.

KESIMPULAN

Pelaku usaha kafe dalam kategori UMKM termasuk Porph Café Food & Drink umumnya telah menerapkan pengelolaan keuangan yang mencakup perencanaan, pencatatan, pelaporan, dan pengendalian, meskipun masih dilakukan secara sederhana. Keempat tahapan ini memiliki peranan strategis dalam menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan usaha. Namun demikian, dalam praktiknya, pelaku usaha kafe UMKM masih

menghadapi berbagai kendala yang signifikan.

Beberapa hambatan utama meliputi rendahnya literasi keuangan, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten di bidang keuangan, kurangnya pemanfaatan teknologi pencatatan digital, serta minimnya akses terhadap pembiayaan formal. Kendala-kendala tersebut mengakibatkan lemahnya dokumentasi dan analisis keuangan, sehingga berdampak pada kurang optimalnya pengambilan keputusan serta potensi ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran usaha.

SARAN

Bagi Pemilik Porph Café Food & Drink disarankan untuk mulai menerapkan pencatatan keuangan secara rutin dan terstruktur, meskipun dengan metode sederhana. Mengikuti pelatihan dasar pengelolaan keuangan juga sangat dianjurkan agar mampu memahami alur keuangan usaha secara menyeluruh. Terakhir, pemanfaatan aplikasi keuangan atau software pencatatan sederhana dapat membantu dalam menyusun laporan keuangan dan mengendalikan pengeluaran.

Bagi Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai dampak penggunaan teknologi dalam pengelolaan keuangan UMKM kafe, serta mengkaji faktor-faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi praktik pengelolaan keuangan di sektor ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Falih, Muhammad Sabiq H, Rizqi, Reza M, Ananda, Nova A., (2019), Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Umkm Madu Hutan Lestari Sumbawa), Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol. 2(1), Hal, 1-8
- Chandra, Erbin, Candra, Vivi, et all, (2023), Penguatan Pengelolaan Keuangan Dan Pemasaran Digital Untuk Umkm Berkelanjutan Di Cafe Pelangi Pematang Siantar, Communnity Development Journal, Vol. 4(3), Hal. 5676-5678
- Fawaid, Achmad, Elyas Holili, Pamuji, Alif Endy, (2023), Analisis Pengelolaan Keuanganpada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Cassim Coffee Kabupaten Jember, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol. 3(2), Hal. 173-185
- Feny Rita Fiantika, (2022), Metode Penelitian Kuantitatif, (Padang: Pt. Global Eksekutif Teknologi) Henny Sri Astuty, (2012) Praktik Pengelolaan Keuangan Wirausaha (Yogyakarta: Deepublish) Pablo, Claudio Emilio J, Matasik, Ade Lisa, Ta'dung, Yohanis L., (2024), Analisis Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Studi Kasus Pada Café Wai Toraja Utara), Journal Of Social Science Research, Vol. 4(4), Hal. 1-14
- Suharlina, Umar Hafsa, Ferils, (2024) Meningkatkan Pertumbuhan: Peran Kunci Manajemen Keuangan Syariah dalam Pengembangan UMKM di Indonesia, Accounting & Finance Journal, Vol. 2(1), Hal. 32- 43.