



Penguatan Administrasi Usaha dan Strategi Marketing Media Sosial pada UMKM Moonshine Coffee & Space di Kabupaten Sukabumi

Feby Febrilian Ringgani

Universitas Nusa Putra

Email: feby.febrilian_mn22@nusaputra.ac.id

Article Info

Submitted: Agustus 2026

Revised: Agustus 2026

Accepted: Agustus 2026

Published: Agustus 2026

Keywords:

Pengabdian Masyarakat;

Magang; Administrasi UMKM;

Marketing Media Sosial;

Moonshine Coffee & Space

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui program magang selama 10 bulan (Februari–Desember 2025) di Moonshine Coffee & Space, sebuah UMKM sektor food and beverage yang berlokasi di Kecamatan Cisaat, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Fokus pengabdian adalah penguatan kapasitas operasional mitra melalui dua bidang utama: administrasi usaha dan marketing media sosial. Metode yang digunakan adalah partisipasi aktif dan asistensi teknis langsung, di mana mahasiswa peserta magang terlibat dalam kegiatan nyata operasional UMKM selama 5 bulan di divisi administrasi dan 5 bulan di divisi marketing media sosial. Pada divisi administrasi, kegiatan meliputi penginputan data pendapatan dan pengeluaran harian, pembuatan laporan stok persediaan, pencatatan barang masuk dan keluar, pengarsipan dokumen operasional, rekap absensi karyawan, serta asistensi penyusunan laporan bulanan. Pada divisi marketing, kegiatan mencakup penyusunan perencanaan konten promosi, pembuatan konten berbasis pendekatan pemasaran, penyusunan copywriting, evaluasi respons pasar, dan publikasi program penjualan. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan nyata dalam ketertiban administrasi operasional dan konsistensi strategi pemasaran digital Moonshine Coffee & Space, serta peningkatan kompetensi mahasiswa dalam menerapkan teori manajemen secara langsung di lingkungan kerja nyata.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor *food and beverage* (F&B) memegang peran strategis dalam perekonomian daerah, khususnya sebagai penyerap tenaga kerja lokal dan penggerak ekonomi kreatif. Namun, tidak sedikit UMKM yang masih menghadapi tantangan mendasar dalam pengelolaan operasional, terutama pada aspek administrasi keuangan, pengendalian persediaan, dan strategi pemasaran berbasis digital. Kelemahan pada aspek-aspek ini sering menjadi penghambat pertumbuhan dan daya saing UMKM dalam jangka panjang (Zahara & Harahap, 2021).

Salah satu pendekatan yang terbukti efektif untuk menjembatani kebutuhan UMKM dengan sumber daya perguruan tinggi adalah melalui program magang mahasiswa sebagai wujud nyata pengabdian masyarakat. Magang merupakan metode pembelajaran di lingkungan kerja yang memungkinkan mahasiswa meningkatkan keterampilan melalui pengalaman kerja nyata di bawah bimbingan profesional (Fatimah et al., 2025). Dalam konteks pengabdian, kegiatan magang tidak hanya memberikan manfaat bagi mahasiswa, tetapi secara bersamaan memberikan kontribusi langsung bagi UMKM yang menjadi mitra, berupa asistensi teknis, tenaga terampil tambahan, dan transfer pengetahuan akademis ke dalam praktik operasional.

Moonshine Coffee & Space merupakan UMKM sektor F&B yang berdiri sejak tahun 2021 di Jl. Gunung Jaya Kaler, Kecamatan Cisaat, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat 43152. Usaha ini dirintis oleh Dedi Rukmana dengan visi menjadi pelopor kedai kopi modern yang berkontribusi pada perkembangan industri kopi dan ekonomi kreatif di wilayah



Sukabumi. Moonshine Coffee & Space menjalin kerja sama bahan baku dengan Sunda Coffee dan beroperasi sebagai ruang multifungsi yang melayani berbagai segmen, mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga masyarakat umum. Struktur organisasinya terdiri dari Owner, Manager, Admin, Social Media Officer, Head Bar beserta staf, dan Head Kitchen beserta staf.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui program magang selama 10 bulan, terhitung 3 Februari 2025 hingga 27 Desember 2025. Fokus pengabdian diarahkan pada dua permasalahan utama yang diidentifikasi pada mitra: (1) belum optimalnya sistem administrasi usaha yang mencakup pencatatan keuangan harian, pengendalian persediaan, pengarsipan dokumen, dan pengelolaan data kepegawaian; serta (2) belum terstrukturinya strategi marketing melalui media sosial sebagai sarana promosi dan interaksi dengan pelanggan. Pemilihan Moonshine Coffee & Space sebagai mitra pengabdian didasarkan pada relevansi operasional usaha dengan bidang keilmuan Program Studi Manajemen, serta keterbukaan mitra terhadap proses pendampingan dan alih pengetahuan dari mahasiswa peserta magang.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah: (1) memberikan kontribusi nyata dalam penguatan sistem administrasi operasional Moonshine Coffee & Space melalui keterlibatan langsung mahasiswa magang; (2) mendukung pengembangan strategi marketing media sosial mitra secara terencana dan berbasis pendekatan pemasaran; serta (3) mendorong terbentuknya kesadaran dan praktik manajerial yang lebih tertib dan berbasis data di lingkungan UMKM mitra.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui mekanisme magang aktif (*active internship*), di mana mahasiswa peserta magang berperan sebagai agen kontribusi yang terlibat langsung dalam kegiatan operasional UMKM mitra. Pendekatan yang digunakan adalah *participatory action*, yakni mahasiswa tidak hanya mengamati, tetapi secara aktif mengerjakan tugas-tugas nyata yang memiliki dampak langsung terhadap operasional dan pemasaran mitra (Fatimah et al., 2025). Pendekatan ini membedakan kegiatan magang pengabdian dari magang konvensional, karena orientasinya mencakup dua arah: pengembangan kompetensi mahasiswa sekaligus penguatan kapasitas UMKM mitra. Subjek pengabdian adalah Moonshine Coffee & Space, Kecamatan Cisaat, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama 10 bulan dengan jadwal kerja terstruktur sebagai berikut: Selasa–Rabu dan Jumat–Sabtu pada shift siang pukul 13.00–22.00 WIB, Kamis dan Minggu pada shift pagi pukul 10.00–19.00 WIB.

Mahasiswa peserta magang menjalani dua rotasi divisi: 5 bulan pertama di bagian Administrasi dan 5 bulan berikutnya di bagian Marketing Media Sosial. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode: (1) observasi partisipatif mahasiswa terlibat langsung dalam kegiatan operasional harian sehingga dapat mengamati kondisi nyata sistem administrasi dan pemasaran mitra; (2) dokumentasi berupa pencatatan data transaksi keuangan, laporan stok, rekap absensi, konten media sosial, dan laporan bulanan operasional yang dihasilkan selama kegiatan; dan (3) wawancara tidak terstruktur dengan manajer dan staf terkait guna menggali informasi tambahan tentang tantangan operasional yang dihadapi mitra. Analisis dilakukan secara deskriptif-reflektif berdasarkan data dan pengalaman nyata di lapangan.



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama 10 bulan pelaksanaan magang pengabdian di Moonshine Coffee & Space, mahasiswa terlibat langsung dalam dua divisi operasional utama. Berikut dipaparkan kegiatan nyata yang dilaksanakan, dinamika proses di lapangan, analisis keilmuan yang relevan, serta perubahan yang dihasilkan dari setiap aksi pengabdian.

1. Profil Singkat Moonshine Coffee & Space

Moonshine Coffee & Space adalah usaha di bidang *food and beverage* (F&B) yang didirikan oleh Dedi Rukmana dan resmi beroperasi pada tahun 2021 di Jl. Gunung Jaya Kaler, Kecamatan Cisaat, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat. Berawal dari pembelian lahan pada tahun 2015 dan proses pembangunan sejak 2019, usaha ini hadir sebagai salah satu pelopor kedai kopi modern di wilayahnya. Moonshine menawarkan berbagai produk minuman kopi berbasis espresso, manual brew, minuman non-kopi, serta makanan ringan dengan mengusung konsep ruang berkumpul yang nyaman dan kreatif bagi pelajar, mahasiswa, maupun masyarakat umum. Dalam menjaga kualitas cita rasa Nusantara, Moonshine Coffee & Space menjalin kerja sama dengan Sunda Coffee sebagai penyedia kopi lokal terpercaya.



Gambar 1. Logo Moonshine Coffee & Space

2. Kegiatan Administrasi Usaha

a. Pencatatan Keuangan dan Pengendalian Arus Kas

Pencatatan transaksi harian dilakukan secara rutin menggunakan spreadsheet elektronik yang memuat data pendapatan tunai (*cash*), transfer, dan total penjualan harian. Data ini kemudian direkap bulanan sebagai dasar penyusunan laporan operasional. Temuan ini selaras dengan konsep manajemen keuangan yang menekankan pentingnya pengendalian arus kas (*cash flow management*) untuk menjaga likuiditas dan keberlanjutan usaha (Purnomo et al., 2025). Pencatatan yang konsisten memungkinkan pemilik memantau kinerja keuangan secara real-time dan mengidentifikasi deviasi anggaran sedini mungkin.

Tabel 1. Contoh Pencatatan Pemasukan & Pengeluaran

Tanggal	Pendapatan Cash	Almaqtub	Transfer	Total
06/01/2025	Rp 403.000	-	Rp 50.000	Rp 453.000
06/02/2025	Rp 199.000	-	-	Rp 199.000
06/03/2025	Rp 78.000	-	Rp 359.000	Rp 437.000



Tanggal	Pendapatan Cash	Almaqtub	Transfer	Total
06/04/2025	Rp 53.000	-	-	Rp 53.000
06/05/2025	Rp 5.000	-	Rp 431.000	Rp 436.000
06/06/2025	Rp 941.000	-	Rp 626.000	Rp 1.567.000
06/07/2025	Rp 1.113.000	-	Rp 1.045.000	Rp 2.158.000
06/08/2025	Rp 935.000	-	Rp 2.405.000	Rp 3.340.000
06/09/2025	Rp 161.000	-	Rp 131.000	Rp 292.000
06/10/2025	Rp 376.000	-	-	Rp 376.000
06/11/2025	Rp 213.000	-	Rp 444.000	Rp 657.000
06/12/2025	Rp 231.000	-	Rp 317.000	Rp 548.000
13/6/2025	Rp 728.000	-	Rp 98.000	Rp 826.000
14/6/2025	Rp 2.028.000	-	Rp 1.251.000	Rp 3.279.000
15/6/2025	Rp 1.667.000	-	Rp 2.023.000	Rp 3.690.000
16/6/2025	Rp 191.000	-	Rp 817.000	Rp 1.008.000
17/9/2025	Rp 273.000	-	Rp 268.000	Rp 541.000
18/9/2025	-	-	Rp 65.000	Rp 65.000
19/9/2025	Rp 288.000	-	Rp 338.000	Rp 626.000
20/6/2025	Rp 186.000	-	Rp 334.000	Rp 520.000

Kegiatan ini mencerminkan penerapan konsep manajemen keuangan, khususnya pada fungsi pengendalian arus kas (cash flow management). Pencatatan yang dilakukan secara rutin dan konsisten memungkinkan pemilik usaha memantau kondisi keuangan harian maupun bulanan secara akurat, serta mengidentifikasi pola pendapatan sebagai dasar pengambilan keputusan operasional (Ganefi et al., 2024). Sebelum adanya keterlibatan mahasiswa magang, pencatatan keuangan di Moonshine Coffee & Space dilakukan secara tidak konsisten dan sering tertunda, sehingga menyulitkan rekonsiliasi data di akhir bulan.

b. Pengendalian Persediaan (*Inventory Control*)

Pengelolaan stok bahan baku dilakukan melalui mekanisme pencatatan barang masuk dan keluar secara harian, dilengkapi laporan stok persediaan berkala. Sistem ini mencerminkan penerapan konsep *inventory control* dalam manajemen operasional, yang bertujuan meminimalkan pemborosan, mencegah kekurangan bahan (*stock-out*), dan mengoptimalkan biaya pengadaan (Aziz et al., 2025).

Tabel 2. Contoh Kategori Pengelolaan Stok di Moonshine Coffee & Space

Kategori	Contoh Item	Satuan	Metode Pencatatan
Bahan Dapur	Beras, tepung, bumbu	Kg / Pcs / Botol	Spreadsheet harian
Bahan Bar	Kopi, sirup, susu	Kg / Liter / Pcs	Spreadsheet harian
Perlengkapan	Cup, sedotan, tisu	Pcs / Pack	Rekap mingguan



Kategori	Contoh Item	Satuan	Metode Pencatatan
Barang Non-F&B	Detergen, lap, sabun	Botol / Pack	Rekap mingguan

Sumber: Data diolah penulis (2025)

Pengelolaan stok yang tertib ini merupakan penerapan konsep *inventory control* dalam manajemen operasional, yang bertujuan mencegah stock-out di tengah jam operasional, meminimalkan pemborosan akibat bahan baku kedaluwarsa, dan mengoptimalkan biaya pengadaan (Pramesti et al., 2023). Laporan stok yang dihasilkan secara rutin juga menjadi dasar bagi manajer dalam menentukan jadwal dan volume pembelian bahan baku berikutnya.

c. Pengarsipan Dokumen dan Sistem Informasi Administrasi



Gambar 2. Kegiatan Pengarsipan Dokumen

Pengarsipan dokumen operasional meliputi nota pembelian, laporan penjualan, rekap absensi, dan dokumen kepegawaian dilakukan secara sistematis berdasarkan kategori dan periode waktu. Penerapan ini mencerminkan fungsi Sistem Informasi Manajemen (SIM) yang mengolah data administrasi menjadi informasi terstruktur untuk keperluan evaluasi dan perencanaan strategis (Turyaningsih et al., 2025). Dokumen yang tersip dengan baik mempercepat proses audit internal dan meningkatkan akuntabilitas manajemen. Dalam konteks manajemen sumber daya manusia, rekap absensi karyawan berfungsi sebagai instrumen pengendalian kedisiplinan yang secara langsung memengaruhi efektivitas pelayanan. Data kehadiran yang akurat memungkinkan manajer melakukan evaluasi kinerja berbasis fakta dan merencanakan penjadwalan yang optimal sesuai kebutuhan operasional.

d. Rekap Absensi Karyawan

Data kehadiran karyawan harian direkap secara berkala oleh mahasiswa peserta magang untuk menghasilkan laporan absensi bulanan. Data ini digunakan sebagai bahan evaluasi kedisiplinan karyawan dan menjadi pendukung administrasi kepegawaian Moonshine Coffee & Space. Pengelolaan absensi yang tertib merupakan bagian dari Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), khususnya dalam fungsi pemantauan kinerja dan kedisiplinan tenaga kerja yang berpengaruh langsung terhadap efektivitas operasional harian (Yulianti et al., 2023).



Tabel 3. Ringkasan Kegiatan dan Capaian Pengabdian Bagian Administrasi

No.	Kegiatan Magang	Landasan Keilmuan	Capaian / Manfaat bagi Mitra
1	Penginputan data pendapatan & pengeluaran harian	Manajemen Keuangan – Cash Flow Management	Tersedianya data keuangan harian yang tertib dan akurat sebagai dasar laporan bulanan
2	Pembuatan laporan stok persediaan bahan baku	Manajemen Operasional – Inventory Control	Terkendalnya stok bahan baku, mencegah kekurangan di tengah operasional
3	Pencatatan barang masuk dan keluar	Manajemen Operasional – Pengendalian Persediaan	Tersedianya riwayat mutasi barang yang dapat ditelusuri secara kronologis
4	Pengarsipan dokumen operasional (nota, laporan)	Sistem Informasi Manajemen (SIM)	Dokumen terklasifikasi rapi, mudah diakses untuk evaluasi dan audit internal
5	Rekap absensi karyawan harian dan bulanan	MSDM – Administrasi Kepegawaian	Tersedianya data kehadiran sebagai bahan evaluasi kedisiplinan karyawan
6	Asistensi penyusunan laporan bulanan operasional	SIM & Manajemen Keuangan	Laporan bulanan tersedia sebagai pertanggungjawaban kepada owner

Sumber: Data diolah penulis, 2026

3. Strategi Marketing Media Sosial

a. Perencanaan dan Pembuatan Konten Promosi

Strategi marketing media sosial Moonshine Coffee & Space bertumpu pada perencanaan konten yang terstruktur melalui kalender konten bulanan. Setiap konten dirancang dengan tujuan pemasaran yang spesifik, baik untuk meningkatkan *brand awareness*, mendukung program promosi, maupun memperkenalkan menu baru kepada audiens. Pendekatan ini selaras dengan prinsip manajemen pemasaran yang menekankan pentingnya komunikasi nilai produk yang konsisten dan terarah kepada segmen pasar yang dituju (Zahrina & Wijaya, 2025). Selama pelaksanaan Internship, penulis terlibat langsung dalam penyusunan perencanaan konten tersebut, termasuk menentukan tema, format, dan jadwal publikasi yang disesuaikan dengan momentum promosi yang sedang berjalan.

Konten yang dipublikasikan melalui Instagram meliputi foto produk, video *behind the scenes* proses pembuatan kopi, informasi promo, serta konten interaktif seperti polling dan pertanyaan di Instagram Stories. Pendekatan multi-format ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan (*engagement*) audiens secara organik. Namun demikian, dalam praktiknya ditemukan kendala berupa keterbatasan sumber daya manusia yang menangani konten, sehingga konsistensi jadwal unggahan belum selalu dapat terpenuhi secara



optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa perencanaan konten yang baik perlu didukung oleh kapasitas tim yang memadai serta evaluasi berkala terhadap performa setiap konten berdasarkan data insight platform, agar strategi pemasaran digital yang dijalankan dapat terus berkembang secara efektif dan terukur.

b. *Copywriting* dan Pesan Pemasaran

Penyusunan *copywriting* dan pesan promosi di Moonshine Coffee & Space dilakukan dengan mempertimbangkan tiga elemen utama, yakni akurasi informasi produk, pesan persuasif yang mendorong keputusan pembelian, serta konsistensi dengan identitas visual dan tone of voice merek. Menurut Salsabila & Widyatama (2026), strategi pemasaran yang efektif tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga mampu membangun persepsi nilai produk di benak konsumen. Dalam praktiknya, penulis menyusun caption promosi yang disesuaikan dengan karakter audiens di Instagram, memadukan pendekatan informatif dan emosional agar konten lebih relevan dan menggerakkan minat beli.

Namun demikian, terdapat tantangan yang ditemukan selama pelaksanaan Internship, yaitu belum adanya panduan *copywriting* tertulis yang baku, sehingga konsistensi pesan antar unggahan masih bergantung pada inisiatif individu. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidakseragaman dalam komunikasi merek jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan penyusunan panduan *copywriting* yang terstruktur sebagai bagian dari strategi pemasaran digital yang lebih sistematis dan berkelanjutan. Penggunaan hashtag yang relevan juga menjadi bagian dari strategi perluasan jangkauan konten secara organik, meskipun efektivitasnya perlu dievaluasi secara berkala berdasarkan data insight media sosial.

c. *Customer Engagement* dan Pengelolaan Interaksi Digital

Pengelolaan interaksi pelanggan melalui kolom komentar dan pesan langsung (direct message) merupakan manifestasi dari konsep *Customer Relationship Management* (CRM) dalam ekosistem digital. Respons yang cepat dan komunikatif terhadap pertanyaan pelanggan terkait harga, menu, jam operasional, maupun ketersediaan tempat terbukti mampu membangun kepercayaan sekaligus mendorong loyalitas pelanggan dalam jangka panjang (Oktophilus, 2022). Selama pelaksanaan Internship, penulis terlibat langsung dalam mengelola interaksi tersebut, termasuk membalas pertanyaan pelanggan dan menyampaikan informasi produk secara responsif. Meskipun demikian, ditemukan tantangan berupa belum adanya standar waktu respons yang ditetapkan secara resmi, sehingga kecepatan penanganan pesan masih bersifat situasional dan bergantung pada ketersediaan petugas yang bertugas saat itu.

Digital marketing yang dijalankan Moonshine Coffee & Space bersifat interaktif dan integratif, menghubungkan promosi produk dengan layanan pelanggan secara real-time (Muslimin et al., 2022). Pendekatan ini menciptakan ekosistem pemasaran yang tidak hanya efektif dalam menarik pelanggan baru, tetapi juga mampu mempertahankan pelanggan yang sudah ada melalui komunikasi yang berkelanjutan dan personal. Namun demikian, agar penerapan CRM digital ini dapat berjalan lebih optimal, diperlukan penetapan standar operasional prosedur (SOP) pengelolaan interaksi pelanggan secara tertulis, termasuk panduan waktu respons dan alur penanganan keluhan, sehingga kualitas komunikasi pemasaran dapat terjaga secara konsisten dan terukur di setiap kondisi operasional.



4. Evaluasi Efektivitas Administrasi Usaha dan Marketing Media Sosial

Integrasi antara administrasi yang tertib dan marketing media sosial yang aktif terbukti menciptakan sinergi operasional yang signifikan (Sofiaty & Maulana, 2025). Data administrasi keuangan menjadi dasar pengambilan keputusan promosi misalnya, penetapan periode diskon berdasarkan analisis penurunan pendapatan mingguan (Darmawan & Burhanuddin, 2026). Sebaliknya, keberhasilan kampanye media sosial tercermin dalam lonjakan transaksi harian yang terdokumentasi dalam laporan keuangan.

Tabel 3. Keterkaitan Administrasi dan Marketing Media Sosial

Aspek	Administrasi Usaha	Marketing Media Sosial
Dasar Teori	Manajemen Keuangan, Operasional, SDM, SIM	Manajemen Pemasaran, Digital Marketing, CRM
Kegiatan Utama	Pencatatan transaksi, stok, absensi, pengarsipan	Konten promosi, copywriting, engagement, evaluasi
Output	Laporan keuangan, laporan stok, data karyawan	<i>Brand awareness</i> , keterlibatan audiens, konversi penjualan
Kontribusi pada Bisnis	Efisiensi operasional dan akuntabilitas	Peningkatan jangkauan pasar dan loyalitas pelanggan
Tantangan	Konsistensi pencatatan, ketelitian data	Konsistensi konten, respons cepat, kreativitas

Berdasarkan temuan selama pelaksanaan Internship, terdapat beberapa kendala yang diidentifikasi dalam pengelolaan kedua bidang tersebut. Pertama, belum adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) tertulis untuk tugas administrasi maupun marketing media sosial, sehingga pelaksanaan tugas masih bersifat situasional dan berpotensi menimbulkan inkonsistensi. Kedua, keterbatasan perangkat dokumentasi visual menjadi hambatan dalam memproduksi konten berkualitas tinggi secara konsisten. Ketiga, pemanfaatan analitik platform media sosial sebagai dasar evaluasi strategi belum berjalan secara optimal. Oleh karena itu, rekomendasi yang diusulkan meliputi penyusunan SOP tertulis untuk kedua divisi, pelatihan literasi digital bagi seluruh staf, serta adopsi tools analitik seperti Meta Business Suite guna mengukur kinerja konten secara kuantitatif dan mendukung pengambilan keputusan pemasaran yang lebih berbasis data.

4. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui magang selama 10 bulan di Moonshine Coffee & Space telah memberikan kontribusi nyata bagi penguatan kapasitas operasional UMKM mitra. Pada divisi administrasi, mahasiswa peserta magang secara aktif melaksanakan enam kegiatan utama penginputan data keuangan harian, pembuatan laporan stok persediaan, pencatatan barang masuk dan keluar, pengarsipan dokumen operasional, rekap absensi karyawan, serta asistensi penyusunan laporan bulanan yang secara kolektif meningkatkan ketertiban, akurasi, dan akuntabilitas sistem administrasi Moonshine Coffee & Space. Secara keseluruhan terdapat poin-poin penting:



1. Administrasi usaha yang tertib terbukti menjadi fondasi operasional yang krusial. Kegiatan pencatatan transaksi harian, pengelolaan stok persediaan, pengarsipan dokumen, rekap absensi karyawan, serta penyusunan laporan bulanan menunjukkan bahwa sistem administrasi yang teratur berkontribusi langsung terhadap efisiensi operasional dan akuntabilitas keuangan Moonshine Coffee & Space.
2. Strategi marketing media sosial terbukti efektif dalam membangun *brand awareness* dan keterlibatan pelanggan. Perencanaan konten yang terstruktur melalui kalender konten, penyusunan copywriting yang persuasif, serta pengelolaan interaksi pelanggan secara responsif melalui Instagram memberikan dampak positif terhadap jangkauan pasar dan minat beli konsumen.
3. Terdapat sinergi yang signifikan antara administrasi dan marketing media sosial. Data keuangan yang tercatat secara sistematis menjadi dasar pengambilan keputusan promosi, sementara keberhasilan kampanye digital turut berdampak pada peningkatan transaksi yang terdokumentasi dalam laporan administrasi, sehingga kedua bidang tersebut saling mendukung secara integratif.
4. Masih terdapat celah yang perlu diperbaiki dalam sistem operasional usaha. Belum adanya SOP tertulis untuk administrasi dan marketing media sosial, keterbatasan perangkat dokumentasi visual, serta belum optimalnya pemanfaatan analitik platform digital menjadi hambatan yang perlu segera ditangani melalui penyusunan panduan kerja yang terstruktur dan pelatihan literasi digital bagi seluruh staf.

5. PERSANTUNAN

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Moonshine Coffee & Space atas kesempatan pelaksanaan Internship yang diberikan, khususnya kepada seluruh tim dan karyawan Moonshine Coffee & Space atas bimbingan dan kerja sama yang baik selama kegiatan Internship berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ibu Dr. Hesri Mintawati, MM., CPS., CSM. selaku Pembimbing Utama dan Ibu Anna Yuliana Jasuni selaku Ketua Program Studi Manajemen, serta Bapak/Ibu penguji seminar hasil dari Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra, dan kepada semua pihak yang telah mendukung terselesaikannya laporan Internship ini.

REFERENSI

- aziz, L. H., Sunarjo, R. A., Natalia, E. A., Ramdani, M., Maria, L., & Aini, Q. (2025). Implemetation Of Rop In Stock Control To Minimize Losses Due To Expiry Implementasi Rop Dalam Pengendalian Stok Untuk Meminimalkan. *Adi Bisnis Digital Interdisiplin (Abdi Jurnal)*, 6(2), 220–232.
- Darmawan, D., & Burhanuddin, M. (2026). Pengaruh Strategi Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Shopee. *Journal Of Innovative And Creativity*, 6(2018), 18830–18839.
- Fatimah, D. N., Rahayu, A. U., Rizki, S. M., & Hidayat, R. (2025). Peran Magang Dalam Menyiapkan Mahasiswa Akuntansi Syariah Untuk Dunia Kerja. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(1), 117–125.
<https://doi.org/10.59837/Jpmb.V3i1.1234>
- Ganefi, H. S., Lesmana, A. S., & Muttaqien, D. D. (2024). Manajemen Keuangan: Teori Dan Aplikasi. Cv. Pustaka Prima.
- Muslimin, Zainuddin, Z., & Saputra, M. K. (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Umkm



- Sederhana (Studi Kasus Desa Konda Kec. Konda). *Sultra Journal Of Econmic And Business*, 3(2), 132–149.
- Oktophilus, M. (2022). Customer Relationship Management , Sebuah Bentuk Komunikasi Perusahaan Untuk. *Applied Business And Administration Journal*, 1(2), 45–55.
- Pramesti, A., Novitasari, C., & Oktaviani, D. (2023). Penerapan Manajemen Operasional Di Era Digital Dan Perkembangan E-Commerce. *Economics Business Finance And Entrepreneurship*, 1(2), 88–97. <https://doi.org/10.55657/Ebfe.V1i2.321>
- Purnomo, K. H., Asnawi, S. K., & Mubarak, F. (2025). *Menelusuri Arus Kas : Kunci Keberlanjutan Perusahaan Properti Dan Real Estat Kelik*. 14(02), 544–563.
- Salsabila, A. P., & Widyatama, R. (2026). Strategi Branding Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Membangun Identitas Merek. *Journal Of Creative Student Research*, 4(2), 95–112.
- Sofiati, E., & Maulana, L. (2025). Peran Media Sosial Whatsapp Dan Inovasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pedagang Kaki Lima Di Komunitas Sauyunan Bersatu. *Indonesian Journal Of Social Science And Education (Ijosse)*, 1(3), 893–904.
- Turyanigsih, Azizzah, Y., Arumsari, D. M., & Putri, C. A. T. (2025). Penerapan Sistem Informasi Manajemen Untuk Meningkatkan Efektivitas Operasional Perusahaan. *Journal Of Business Economics And Management*, 2(1), 1509–1511.
- Yulianti, D., Riyadi, S., & Supriyanto, A. (2023). Pengelolaan Sumber Daya Manusia Pada Usaha Kecil Dan Menengah Berbasis Teknologi Informasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 33–47. <https://doi.org/10.26905/Jbm.V10i1.8923>
- Zahara, E., & Harahap, D. A. (2021). Peran Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Usaha Food And Beverage Skala Umkm. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 175–190. <https://doi.org/10.30596/Jimb.V22i2.7123>
- Zahrina, F., & Wijaya, A. S. (2025). Penerapan Strategi Imc Melalui Instagram @Herstory.Co.Id Dalam Meningkatkan Brand Awareness Sebagai Media Online Perempuan. *As-Syirkah: Islamic Economics & Financial Journal*, 4(2), 342–350. <https://doi.org/10.56672/Assyirkah.V4i2.403>