

PERJANJIAN
PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PERIODE I TAHUN ANGGARAN 2020
NOMOR: 542-Int-KLPPM/Untar/V/2020

Pada hari ini Senin tanggal Empat bulan Mei tahun Dua ribu duapuluh yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Jap Tji Beng, Ph.D
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Alamat : Jl. Letjen S. Parman No. 1 Jakarta Barat 11440

selanjutnya disebut **Pihak Pertama**

2. Nama : Dra. Thio Lie Sha, M.M., Ak., CA
Jabatan : Dosen Tetap
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Tanjung Duren Utara, No. 1 Jakarta Barat 11470

Bertindak untuk diri sendiri dan atas nama anggota pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat:

a. Nama : Drs. M. Tony Nawawi, M.M.

Jabatan : Dosen Tetap

b. Nama : Rosmita Rasyid, Ak., M.M.

Jabatan : Dosen Tetap

selanjutnya disebut **Pihak Kedua**

Pihak Pertama dan **Pihak Kedua** sepakat mengadakan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai berikut:

Pasal 1

- (1). **Pihak Pertama** menugaskan **Pihak Kedua** untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat atas nama Universitas Tarumanagara dengan judul **“Membangun Customer Relationship Management dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan pada Usaha Ritel di Pasar Tradisional”**
- (2). Biaya pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud ayat (1) diatas dibebankan kepada **Pihak Pertama** melalui anggaran Universitas Tarumanagara.
- (3). Besaran biaya pelaksanaan yang diberikan kepada **Pihak Kedua** sebesar **Rp 10.500.000 (Sepuluh juta lima ratus ribu rupiah)**, diberikan dalam 2 (dua) tahap masing-masing sebesar 50%.
- (4). Pencairan biaya pelaksanaan Tahap I akan diberikan setelah penandatanganan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (5). Pencairan biaya pelaksanaan Tahap II akan diberikan setelah **Pihak Kedua** melaksanakan pengabdian kepada masyarakat, mengumpulkan laporan akhir, *logbook*, laporan pertanggungjawaban keuangan dan luaran/draf luaran.

- (6). Rincian biaya pelaksanaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (3) terlampir dalam Lampiran Rencana dan Rekapitulasi Penggunaan Biaya yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam perjanjian ini.

Pasal 2

- (1). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan dilakukan oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan proposal yang telah disetujui dan mendapatkan pembiayaan dari **Pihak Pertama**.
- (2). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dalam Periode I, terhitung sejak Januari-Juni Tahun 2020

Pasal 3

- (1). **Pihak Pertama** mengadakan kegiatan monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh **Pihak Kedua**.
- (2). **Pihak Kedua** diwajibkan mengikuti kegiatan monitoring dan evaluasi sesuai dengan jadwal yang ditetapkan oleh **Pihak Pertama**.
- (3). Sebelum pelaksanaan monitoring dan evaluasi, **Pihak Kedua** wajib mengisi lembar monitoring dan evaluasi serta melampirkan laporan kemajuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dan *logbook*.
- (4). Laporan Kemajuan disusun oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah ditetapkan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (5). Lembar monitoring dan evaluasi, laporan kemajuan dan *logbook* diserahkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat sesuai dengan batas waktu yang ditetapkan.

Pasal 4

- (1). **Pihak Kedua** wajib mengumpulkan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan luaran/draf luaran.
- (2). Laporan Akhir disusun oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah ditetapkan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (3). *Logbook* yang dikumpulkan memuat secara rinci tahapan kegiatan yang telah dilakukan oleh **Pihak Kedua** dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat
- (4). Laporan Pertanggungjawaban yang dikumpulkan **Pihak Kedua** memuat secara rinci penggunaan biaya pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat yang disertai dengan bukti-bukti.
- (5). Luaran Pengabdian Kepada Masyarakat yang dikumpulkan kepada **Pihak Kedua** berupa luaran wajib dan luaran tambahan.
- (6). **Luaran wajib** hasil Pengabdian Kepada Masyarakat berupa artikel ilmiah yang dipublikasikan di *Senapenmas*, jurnal ber-ISSN atau prosiding internasional.

- (7). **Luaran tambahan** hasil Pengabdian Kepada Masyarakat berupa publikasi di media massa, HKI, dan luaran lainnya (Teknologi Tepat Guna, Model, Purwarupa (*prototype*), Karya Desain/Seni/Kriya/Bangunan dan Arsitektur), Produk Terstandarisasi, Produk Tersertifikasi, Buku ISBN, dan Video Kegiatan.
- (8). Draft luaran wajib dibawa pada saat dilaksanakan Monitoring dan Evaluasi (*Monev*) PKM.
- (9). Batas waktu pengumpulan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan luaran adalah **Juni 2020**

Pasal 5

- (1). Apabila **Pihak Kedua** tidak mengumpulkan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan Luaran sesuai dengan batas akhir yang disepakati, maka **Pihak Pertama** akan memberikan sanksi.
- (2). Sanksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) proposal pengabdian kepada masyarakat pada periode berikutnya tidak akan diproses untuk mendapatkan pendanaan pembiayaan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Pasal 6

- (1). Apabila terjadi perselisihan menyangkut pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, kedua belah pihak sepakat untuk menyelesaikannya secara musyawarah.
- (2). Dalam hal musyawarah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak tercapai, keputusan diserahkan kepada Pimpinan Universitas Tarumanagara.
- (3). Keputusan sebagaimana dimaksud dalam pasal ini bersifat final dan mengikat.

Demikian Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dibuat dengan sebenarnya pada hari, tanggal dan bulan tersebut diatas dalam rangka 3 (tiga), yang masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.

Pihak Pertama



Jap Tji Beng, Ph.D.

Pihak Kedua

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Thio Lie Sha'.

Dra. Thio Lie Sha, M.M., Ak., CA

Draff artikel

MEMBANGUN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA USAHA RITEL DI PASAR TRADISIONAL

Thio Lie Sha,.. M. Tony Nawawi.,Rosmita Rasyid,

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta Indonesia

Abstrak

Tujuan kegiatan adalah melakukan pelatihan pada usaha ritel di Tangerang Selatan, dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Melalui pembekalan pengetahuan tentang cara membangun hubungan yang baik dengan pelanggan diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Kegiatan ini mengacu dari hasil penelitian hibah internal dari anggota tim PKM tentang CRM. Bagi usaha ritel sangat penting membangun CRM dalam meningkatkan dan mempertahankan pelanggan yang setia. Berdasarkan analisis masalah mitra, masih lemahnya pengetahuan akan CRM sehingga mitra belum mampu membangun hubungan dengan pelanggan. Metode yang ditawarkan pada kegiatan ini adalah pelatihan kepada pemilik usaha ritel secara daring. Melalui kegiatan ini diharapkan, masalah yang muncul pada usaha pemilik usaha ritel akan teratasi, sehingga pemilik usaha ritel dapat menghadapi kondisi persaingan yang semakin kondusif.

Key word: Customer relationship managemen(CRM), usaha ritel, pelatihan

PENDAHULUAN

CRM secara luas diterima sebagai suatu alat yang efektif untuk mengumpulkan, menganalisis dan menterjemahkan informasi pelanggan yang amat berharga ke dalam tindakan manajerial. CRM didasarkan pada prinsip bahwa mengembangkan suatu hubungan dengan para pelanggan membuat pelanggan loyal. CRM merupakan konsep strategis yang membuat kepuasan pelanggan, kesetiaan, retensi pelanggan dan *profitability* meningkat. CRM juga membantu salespeople bertemu konsumen dengan produk yg terbaik sehingga meningkatkan penjualan perusahaan Hair (2014). CRM. Kotler & Amstrong (2015) mendefinisikan CRM sebagai “keseluruhan proses membangun dan merawat hubungan baik dengan pelanggan yang menguntungkan dengan cara menyediakan/ memberikan nilai dan kepuasan pelanggan yang superior. Model kepuasan pelanggan bergantung pada analisis kebutuhan, harapan dan interaksi pelanggan dengan organisasi dan pelayanannya. Model kepuasan pelanggan terutama berkaitan dengan CRM guna mendapatkan *feedback* mengenai persepsi pelanggan tentang organisasi dan *performance*-nya serta tentang pemenuhan harapan pelanggan Levy (2012).

Mitra yang dijadikan tempat kegiatan adalah bergerak dalam bidang perdagangan eceran di pasar tradisional delapan Tangerang Selatan sudah melakukan usaha selama 6 tahun. Melalui observasi awal yang dilakukan pada mitra teridentifikasi beberapa persoalan yang dihadapi mitra antara lain a). Kurangnya pengetahuan mitra dalam melakukan hubungan yang baik dengan pelanggan. b) kurangnya pengetahuan mitra menganalisis program CRM dalam mempertahankan pelanggan. Untuk itu kegiatan sebagai akademisi merasa penting untuk melakukan kegiatan PKM dalam upaya mengatasi persoalan mitra tersebut. PKM ini, sebagai implementasi dari hasil penelitian tahun 2019 tentang CRM dari anggota Tim, Dimana penting nya CRM dalam

menjalankan suatu bisnis. Melalui CRM akan mengubah pelanggan besi dan emas menjadi pelanggan platinum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menjalin hubungan baik dengan pelanggan merupakan hal yang seharusnya dilakukan oleh setiap perusahaan . baik perusahaan besar maupun kecil, swasta ataupun pemerintah. Setiap usaha dalam satu organisasi apapun harus selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Hal ini dikarenakan posisi dan keberadaan pelanggan sangat memberikan pengaruh dalam keberlangsungan usaha.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan hasil diskusi dengan pemilik toko ritel maka tahapan kegiatan pelaksanaan kegiatan PKM meliputi:

1. Membuat panduan aspek- aspek yang terdapat pada CRM
2. Membuat panduan model manajemen keuangan
3. . Melakukan sosialisasi atas panduan yang dibuat agar dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas dalam menyusun laporan keuangan usaha secara lebih teratur.
4. Pendampingan dalam membuat pembukuan usaha ritel secara sederhana ,lebih teratur dan rapi.

HASIL KEGIATAN DAN LUARAN YANG DICAPAI

Usaha ritel didirikan di pasar modern delapan di alam Sutera Tangerang Selatan . Pasar 8 dibangun oleh PT Alam Sutera Realty Tbk adalah pusat perbelanjaan dalam bentuk pasar modern yang terletak di kawasan Alam Sutera, Tangerang. Pasar ini sendiri menjadi favorit warga setempat untuk mencari berbagai kebutuhan sehari-hari mereka dengan mudah dan harga yang terjangkau. Pasar 8 juga telah sukses menjadi wadah yang layak bagi para pengusaha lokal, baik kecil maupun menengah, untuk memperdagangkan produk-produk buatan mereka. Menjadi pasar yang saling menguntungkan bagi penjual dan pembeli, tidak mengherankan jika Pasar 8 bisa tetap unggul di tengah pusat perbelanjaan atau area komersial lainnya di kawasan Alam Sutera.

Berbagai produk yang dijual sangat beragam. Mulai dari produk bahan makanan atau kebutuhan dapur. sayuran, bumbu masak, daging, ayam, hingga *seafood*, produk-produk tersebut juga memiliki kualitas tidak kalah dari produk di supermarket dan dengan harga yang relative lebih murah. Sehingga warga senang menghabiskan waktu lama berbelanja di pasar ini. Pasar 8 juga menyediakan berbagai produk kebutuhan rumah tangga lain, seperti peralatan dapur, rumah, kamar mandi, hingga berbagai servis untuk rumah tangga, seperti *laundry*. Terdapat pula sejumlah *tenant* kuliner yang menjual beragam jenis makanan.

Selain itu Pasar 8 dirancang sebagai tempat berbelanja dan berjualan yang nyaman. Hal tersebut diterapkan lewat bangunannya yang membawa konsep modern. Meskipun berbentuk pasar, tempat ini bebas sumpek, bau, atau becek, karena lantainya sudah menggunakan marmer berkualitas. Di samping itu, toko masing-masing penjual ditata sedemikian rupa untuk memberi kesan lapang, sehingga lalu-lalang tetap lancar. Terdapat sekitar 150 unit ruko, 238 kios, dan 304 lapak di pasar ini. Semua unit dibangun dengan material berkualitas, serta hadir dalam berbagai tipe. Kebersihan di Pasar 8 tidak lupa menjadi fokus utama pengelola, sehingga berbelanja di sini memiliki kesan yang sama dengan di supermarket modern. Fasilitas pendukung di Pasar 8 pun tergolong lengkap. Di antaranya adalah area parkir yang luas,

mampu menampung ratusan motor dan mobil, ATM *center*, toilet, dan keamanan selama 24 jam. Di sini juga tersedia kendaraan antar-jemput ke *cluster-cluster* di Alam Sutera.

Pasar 8 dibangun di lokasi yang strategis, sehingga mudah diakses oleh warga dari *cluster* mana pun. Tempat ini juga dikelilingi oleh berbagai area hiburan, seperti tempat rekreasi atau pusat perbelanjaan. Misalnya, Patriot Paintball Sport (350 m), Crystal Lane (450 m), Upside Down World (450 m), Little Jungle Playground (600 m), dan Living World Mall (900 m). Begitu pula dengan berbagai hotel, seperti Hotel Mercure Serpong Alam Sutera (750 m), Soll Marina Hotel (1,2 km), Starlet Hotel Serpong (1,7 km), dan Horison Grand Serpong (3,3 km).

Tempat ini pun dikelilingi oleh berbagai fasilitas pendidikan dan kesehatan. Beberapa sekolah yang berada dekat Pasar 8, antara lain SDN 01 Serpong (180 m), SMPN 8 Tangerang Selatan (400 m), SMAN 2 Tangerang Selatan (240 m), Sekolah Santa Laurensia (1,8 km), dan BINUS ASO School of Engineering (1,3 km). Sementara rumah sakit di sekitar Pasar 8, antara lain RS OMNI Alam Sutera (800 m), OMDC Alam Sutera (1,5 km), dan St. Carolus Hospital Serpong Summarecon (4,7 km).

Pasar 8 adalah satu dari sederet area komersial yang sukses dikembangkan PT Alam Sutera Realty Tbk. Tempat sejenis yang tidak kalah favorit di Alam Sutera adalah Flavor Bliss. Tempat yang dibangun sebagai pusat makanan dan hiburan keluarga bagi warga setempat ini dipenuhi oleh berbagai *tenant* makanan dari merek populer, seperti Starbucks Coffee, Sushi Tei, dan Bandar Djakarta. Flavor Bliss juga menempati area komersial yang sangat luas, yaitu dibangun di atas lahan seluas 7,7 hektar untuk memberi kepuasan jalan-jalan pengunjunnya.

Pasar 8 mudah diakses dari berbagai hunian di sekitarnya, seperti Alam Sutera – Sutera Buana, Alam Sutera Cluster Sutera Kirana, Alam Sutera Cluster Sutera Delima. Begitu pula dengan hunian yang ada di Jakarta, seperti di kawasan Ciledug dan sekitarnya, seperti Winong Asri, Griya Kencana 1, dan Bangun Reksa Indah 2. Berikut ini gambar pasar 8 dan kondisi sekitar



Gambar 1. Pasar 8

Pengemasan pasar tradisional menjadi pasar modern, seperti Pasar 8 tersebut, mampu menahan gempuran mal, supermarket, dan hypermarket.. Dengan kondisi pasar modern seperti ini, setiap hari ratusan juta hingga miliaran rupiah uang beredar di sini.

. Tempat belanja yang rapi dan mirip supermarket ini menemukan berbagai macam kebutuhan sehari-hari. Seperti sayur mayur, tahu, tempe, ikan, daging, ayam, dan masih banyak lagi. Oiya, tidak hanya itu saja, di pasar modern, ini juga berbelanja kebutuhan lainnya. Seperti pakaian, perlengkapan sekolah, sampai aneka boneka semuanya serba ada. Berbagai jenis yang diperdagangkan didalam pasar, sandang maupun pangan. Mulai dari kebutuhan pokok sehari-hari, beras sayur mayur, ikan, daging dagingan, bumbu bumbu sampai kepada kebutuhan sekunder lainnya seperti emas, pakaian, sepatu, perlengkapan rumah tangga dan lainnya



Gambar 2. Beberapa Jenis Barang Yang diperdagangkan

B. Profil Pedagang Ritel

Kegiatan PKM dilakukan dengan mensosialisasikan pedoman model keuntungan strategis, melalui penyusunan laporan keuangan yang baik dan tertata dengan rapi , kepada pemilik toko ritel Wanty Collection Pedagang ritel yang dipilih tergolong dalam usaha ritel produk pakaian. . Berikut merupakan gambar toko ibu Wanty yang terdapat di pasar 8 sebagai berikut:



Gambar 3. Lokasi Toko Ritel Sari

Toko ritel terletak di Blok KN-3 Alam sutera-Tangerang. Ibu Wanty adalah pemilik sekaligus pekerja di toko, berdirinya toko baju ini sudah cukup lama sekitar 8 tahun lamanya. Ibu Wanty mendirikan usaha untuk turut membantu suami dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Produk yang dijual bervariasi, namun rata-rata pakaian wanita. Harga produk yang dijual juga bervariasi dari harga 60.000 sampai 250 ribu, dan pengadaan produk dibeli dari pasar grosir Tanah Abang. Sistem penjualannya bisa grosir dan eceran, karena tidak semua pembeli bisa membeli dengan sistem grosiran dan sebaliknya. Dalam satu bulannya toko ini bisa mere-stock hingga 4 kali, atau seminggu sekali re-stock. Pelayanan dan kualitas barang sangat dipentingkan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan tetapnya. Namun kondisi saat ini ibu Wanty hanya dapat mere-stock 2 kali, bahkan kadang-kadang hanya sekali. Gambar barang dagangan yang dijual adalah :



Gambar 2. Barang Dagangan Yang Di Jual

Membuat Model Keuntungan Strategis Usaha Ritel

Output pertama dirancang dalam kegiatan PKM adalah membuat panduan model keuntungan strategis. Desain ini bertujuan untuk memberikan pemahaman agar pemilik toko ritel memiliki pengetahuan dalam mengelola dan menyusun laporan keuangan atas hasil usaha secara lebih baik. Penyusunan draft panduan dilakukan dengan cara diskusi, membaca buku literatur, bertanya dengan pakar dan melalui hasil penelitian. Model tersebut divisualisasikan dalam bentuk panduan dan disosialisasikan kepada komunitas usaha ritel di Toko Sari BSD. Panduan ini terlihat pada **Lampiran 2**. Pemilik ritel merespon dengan program ini karena mereka menjadi yakin dan mantap dalam menjalankan bisnis eceran terutama dalam

menghadapi persaingan yang semakin pesat. Dalam kegiatan tersebut materi yang disampaikan merupakan pemahaman tentang aspek aspek pada laporan keuangan yaitu :

1. Neraca

Neraca menyediakan kepada pemilik usaha mengenai estimasi nilai perusahaan pada waktu tertentu. Terdapat 2 bagian dalam neraca yang menunjukkan asset apa yang dimiliki oleh perusahaan dan apa saja tanggung jawab yang harus dibayarkan perusahaan terhadap asset tersebut. Neraca biasanya dipersiapkan pada saat hari terakhir pada suatu bulan.

Neraca dibuat berdasarkan persamaan dasar akuntansi : $\text{asset} = \text{biaya kewajiban} + \text{kepemilikan modal}$. Adanya pertambahan atau penurunan pada suatu sisi persamaan tersebut harus sesuai dengan pertumbuhan atau penurunan pada sisi lainnya. Sisi pertama dari neraca terdapat asset dan nilai total yang dimiliki oleh perusahaan. Aktiva lancar terdiri dari kas dan item-item yang dapat dijadikan kas dalam kurun waktu kurang lebih 1 tahun seperti : pendapatan kredit dan inventoris. Aktiva tetap adalah item-item yang digunakan secara jangka panjang dalam bisnis aktiva tidak berwujud termasuk item-item yang walaupun bernilai, tidak mempunyai nilai berwujud seperti nama baik, hak paten dan hak siar.

Bagian kedua dari neraca-neraca menunjukkan kewajiban dari usaha. Kewajiban lancar adalah hutang yang harus dibayar dengan jangka waktu 1 tahun dan kewajiban jangka panjang adalah kewajiban yang harus dilunasi setelah 1 tahun. Pada bagian ini juga ditunjukkan kepemilikan modal, nilai dari investasi yang dimiliki dalam bisnis.

2. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi (atau laporan keuntungan dan kerugian) membandingkan kewajiban-kewajiban terhadap pendapatan dalam periode waktu tertentu untuk menunjukan keuntungan atau kerugian perusahaan. Laporan laba rugi adalah gambar pergerakan tingkat keuntungan perusahaan dari waktu ke waktu. Laporan laba rugi tahunan menggambarkan bisnis dalam 1 tahun.

Untuk menghitung keuntungan atau kerugian bersih, pemilik harus mencatat harga pokok penjualan dalam 1 tahun, yang termasuk semua pendapatan yang berasal dari penjualan barang atau jasa dan pelayanan. Pendapatan dari sumber-sumber yang lain (sewa, investasi, bunga) juga harus dimasukkan kedalam bagian pendapatan dari laporan laba rugi. Untuk menentukan pendapatan penjualan bersih, pemilik harus mengurangnya dengan pengembalian barang dagangan, dan dari pendapatan kotor. Harga pokok penjualan barang menggambarkan total biaya, termasuk pengepakan dari barang-barang yang dijual dalam 1 tahun. Kebanyakan retail menghitung harga pokok penjualan barang dengan menambahkan pembelian pada permulaan persediaan dan mengurangnya pada akhir persediaan. Pada perusahaan jasa tidak terdapat harga pokok penjualan. Beban operasi termasuk semua biaya yang berasal langsung dari pembuatan dan distribusi barang. Biaya umum berasal dari biaya tidak langsung. Yang tidak termasuk dalam beban operasi : biaya lain-lain, berasal dari biaya yang bukan beban operasi dan beban umum. Pendapatan total dikurangi total biaya akan didapatkan keuntungan atau kerugian bersih.

3. Analisis Rasio

Pengusaha mempunyai bisnis yang baik dengan bantuan rencana keuangan solid, langkah berikutnya adalah menjaga perusahaan pada arah yang benar dengan bantuan pengendalian keuangan. Melakukan pengendalian keuangan dan menggunakannya secara konsisten adalah salah satu kunci untuk menjaga bisnis tetap baik. Salah satu alat yang sangat membantu pengendalian keuangan adalah analisis rasio (Norman M Scarborough,1996:290). Analisis rasio adalah sebuah metode yang menggambarkan hubungan antara 2 elemen akuntan, menyediakan teknik yang baru untuk melakukan analisa keuangan. Perbandingan ini membuat manajer usaha kecil dapat menentukan jika perusahaan memiliki kekurangan persediaan, beban operasional yang tinggi, kredit yang berlebihan dan mengatur pembayaran atas utang tepat pada

waktunya dan menjawab pertanyaan-pertanyaan lain yang berhubungan dengan efisiensi operasi.

Dari sudut pandang investor, analisis rasio digunakan untuk memprediksi masa depan. Dari sudut pandang manajemen digunakan untuk mengantisipasi kondisi di masa depan dan sebagai titik awal perencanaan untuk tindakan di masa depan. Terdiri dari 5 kelompok penilaian, yakni : rasio likuiditas, rasio manajemen aktiva, rasio manajemen, rasio profitabilitas, rasio nilai pasar

Proses pendampingan dilakukan dengan pembuatan laporan keuangan sederhana pada toko toko ritel dengan melakukan berbagai aspek penilaian ratio keuangan. Dengan demikian besarnya keuntungan perusahaan yang diperoleh akan segera dapat diketahui.

D. Sosialisasi CRM

Proses FDG dilakukan juga pada pembuatan model panduan CRM. Pemilik toko ritel harus memahami tentang CRM. Agar dapat mempertahankan atau mendapatkan dan meningkatkan hubungan yang langgeng dengan konsumen. Pemahaman tentang CRM tersebut bertujuan untuk lebih mengetahui bagaimana dan apa yang harus dilakukan dalam menjalin hubungan jangka Panjang dengan pelanggan . Spesifikasi materi pelatihan berupa pemahaman tentang pengertian CRM, Customer loyalty, siklus CRM, customer database, Identifying Information, Pedoman FTC untuk Praktik Informasi yang Adil (Modul terlampir).

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan ini, diperoleh simpulan sementara sebagai berikut:

1. Panduan tentang CRM sudah tersusun dengan melakukan FGD, observasi dan wawancara dengan pihak terkait. Sosialisasi skala kecil sudah dilakukan pada mitra usaha ritel yang terdapat di pasar Delapan .
2. Pelatihan penyusunan laporan keuangan perlu dilakukan dalam menjalankan bisnis secara berkelanjutan dan unggul dalam persaingan..
3. Pendampingan membuat laporan keuangan usaha , sudah dilakukan dan berjalan dengan lancar.

B. Saran

Perbaikan secara berkelanjutan usaha ritel dapat dilakukan antara lain dapat dikembangkan dalam kajian selanjutnya.

1. Proses pembinaan kontinuitas usaha, melalui pemetaan terhadap permasalahan usaha ritel.
2. Melakukan kerja sama dengan mitra, untuk relokasi layout, display, pencahayaan yang sudah tidak layak lagi.

REFERENSI

1. Hair, J. F., Anderson, R. E., Mehta, R., & Babin, B. J. (2013). *Sales Management : Building Customer Relationships and Partnerships*. Boston: Houghton Mifflin Co.
2. Armstrong, Kotler 2015, "Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition", England : Pearson Education, Inc
3. Levy, Michael and Barton A. Weitz (2012). *Retailing Management*. New York : McGraw-Hill Companies

4. Berman, Barry and Joel R. Evans (2007), *Retail Management: A Strategic Approach*, 10th ed., Prentice Hall
5. Thomas W Zimmerer, Norman M Scarborough (2008), *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba empat, Jakarta
6. Hasyim, Diana (2013). Kualitas Manajemen Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) (Studi Kasus Pada Distribution Store (Distro) Di Kota Medan) *Jurnal Jupiis* Vol 5 No 2
7. Levy, Michael and Barton A. Weitz (2012). *Retailing Management*. New York : McGraw-Hill Companies
8. Scarborough, Norman M, and Zimmerer, Thomas. W.1996, *Effective small bussines management*. Fifth edition. Prentice hall, inc. New Jersey, USA

LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN
KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



MEMBANGUN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN PENDAMPINGAN
PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN PADA USAHA RITEL DI PASAR TRADISIONAL

KETUA: DRA. THIO LIE SHA, MM, AK, CA, NIDN : 10188018/0321105801
ANGGOTA : 1.: Drs. M. TONY NAWAWI , MM NIDN: 10191031/0321036301
2. ROSMITA RASYID, AK, MM NIDN:10192015/0710057503

JURUSAN AKUNTANSI DAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
JULI 2020

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT


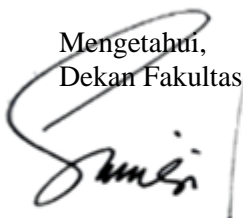
Periode 1 /Tahun 2020

1. Judul: MEMBANGUN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN PENDAMPINGAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN PADA USAHA RITEL DI PASAR TRADISIONAL

2. Nama Mitra PKM : Wanty (Toko Ritel pakaian)
3. Ketua Tim Pengusul
- a. Nama dan gelar : Thio Lie Sha
 - b. NIK/NIDN : 10188018/ **0321105801**
 - c. Jabatan/gol. : Lektor
 - d. Program studi : S1 Akuntansi
 - e. Fakultas : Ekonomi
 - f. Bidang keahlian : Akuntansi
 - g. Alamat kantor : Jalan Tanjung Duren Utara no 1 Grogol Jakarta Barat
 - h. Nomor HP/Telpon : 085716136324.
 - i. Anggota Tim PKM (Dosen)
 - Jumlah anggota : Dosen 2 orang
 - Nama anggota 1/Keahlian : M. Toni Nawawi/ Manajemen Pemasaran
 - Nama anggota 2/Keahlian : Rosmita Rasyid/ Akuntansi
5. Anggota Tim PKM (Mahasiswa) : Mahasiswa 2 orang
- a. Nama mahasiswa dan NIM : Joshua Dominic / 115150199
 - b. Nama mahasiswa dan NIM : Andrian/.115160021
6. Lokasi Kegiatan Mitra :
- a. Wilayah mitra : Blok KN-3 Pasar 8 It Alam Sutera
 - b. Kabupaten/kota : Tangerang
 - c. Provinsi : Banten
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra : 22 Km
7. Luaran yang dihasilkan : Prosiding
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : **Januari-Juni**
9. Biaya Total :
- a. Biaya yang diusulkan : Rp 10.500.000

Jakarta, 24 Juli 2020

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



DR. Sawidji Widodoatmodjo, SE, MM, MBA
NIDN/NIK: 0301126203/10191025



Dra. Thio Lie Sha, M.M., AK, CA
NIDN/NIK: 0321105801 /10188018

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat



Jap Tji Beng, Ph.D
NIDN/NIK : 0323085501/10381047

RINGKASAN

Tujuan kegiatan adalah melakukan pelatihan dan pendampingan pada usaha ritel di Tangerang Selatan. Dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Melalui pembekalan pengetahuan tentang cara membangun hubungan yang baik dengan pelanggan diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu tujuan kegiatan ini adalah untuk melakukan pendampingan menilai kinerja keuangan usaha yang selama ini telah dijalankan. Kegiatan ini mengacu dari hasil penelitian hibah internal dari anggota tim PKM tentang CRM. Bagi usaha ritel sangat penting membangun CRM dalam meningkatkan dan mempertahankan pelanggan yang setia. Berdasarkan analisis masalah mitra, masih lemahnya pengetahuan akan CRM serta cara menyusun laporan keuangan usaha yang baik. Sehingga laba yang dihasilkan dari usaha yang belum dikelola secara maksimal. Metode yang ditawarkan pada kegiatan ini adalah sosialisasi dan pendampingan kepada pemilik usaha ritel. Melalui kegiatan ini diharapkan, masalah yang muncul pada usaha pemilik usaha ritel akan teratasi, sehingga pemilik usaha ritel dapat menghadapi kondisi persaingan yang semakin kondusif.

Key word: Customer relationship managemen(CRM), laporan keuangan, usaha ritel sosialisasi, pendampingan.

PRAKATA

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas karunia dan rahmatNya kegiatan PKM ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Kegiatan ini berjudul: **MEMBANGUN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN PENDAMPINGAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN PADA USAHA RITEL DI PASAR TRADISIONAL** Melalui kegiatan PKM diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan pemilik toko ritel dalam meningkatkan kemampuannya untuk membangun hubungan dengan pelanggan. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada banyak pihak turut berperan penting selama proses kegiatan ini, yaitu kepada Ibu Wanti selaku pemilik toko, dan karyawan toko sebagai mitra kegiatan, kepada direktur dan staff LPPM, kepada Dekan dan rekan Dosen, mahasiswa yang membantu kegiatan serta lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis menyadari bahwa laporan PKM ini belum sepenuhnya sempurna, sehingga sangat mengharapkan kritik maupun saran dari berbagai pihak agar menjadi lebih sempurna serta memiliki kegunaan bagi pembaca. Pada akhirnya Semoga kegiatan ini dapat turut mengembangkan program pemasaran ritel.

Jakarta, Juli 2020

Ketua Tim

Thio Lie Sha

DAFTAR ISI

	Hal.
RINGKASAN	
PRAKATA	
DAFTAR ISI	
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Analisis Situasi.....	1
1.2 Permasalahan Mitra.....	3
1.3 Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait (jika PKM merupakan kelanjutan/ implementasi hasil penelitian).....	4
BAB II SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN.....	5
2.1 Solusi Permasalahan.....	5
2.2 Luaran Kegiatan PKM.....	7
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	7
BAB IV Hasil dan Luaran Yang Dicapai.....	11
BAB V. Kasimpulan Dan Saran.....	20
DAFTAR PUSTAKA.....	21
LAMPIRAN	22
LUARAN	

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Secara umum saat ini topic CRM masih hangat dibicarakan, dan masih menjadi topik yang sangat menarik bagi para peneliti akademis dan manager pemasaran. CRM secara luas diterima sebagai suatu alat yang efektif untuk mengumpulkan, menganalisis dan menterjemahkan informasi pelanggan yang amat berharga ke dalam tindakan manajerial. CRM didasarkan pada prinsip bahwa mengembangkan suatu hubungan dengan para pelanggan membuat pelanggan loyal. CRM merupakan konsep strategis yang membuat kepuasan pelanggan, kesetiaan, retensi pelanggan dan *profitability* meningkat. CRM adalah sebuah pendekatan baru dalam mengelola hubungan korporasi dengan pelanggan pada level bisnis sehingga dapat memaksimalkan komunikasi dan pemasaran melalui pengelolaan berbagai kontak yang berbeda. Pendekatan ini memungkinkan untuk mempertahankan pelanggan dan memberikan nilai tambah secara terus-menerus kepada pelanggan. Lebih jauh CRM diartikan sebagai integrasi sistematis dari teknologi informasi dan sumber daya manusia untuk mendapat hasil yg maksimal dari konsumen. CRM juga membantu salespeople bertemu konsumen dengan produk yg terbaik sehingga meningkatkan penjualan perusahaan Hair (2014). Yang termasuk dalam CRM adalah program-program peningkatan kepuasan pelanggan pada pelayanan, kesetiaan pelanggan pada pelayanan dan retensi pelanggan yang memperkuat profitabilitas pelanggan seumur hidup. Dalam dunia usaha para pelanggan merupakan asset penting bagi kelangsungan hidup suatu usaha. Untuk itu suatu organisasi perlu untuk mengelola hubungan baik dengan pelanggan, hal ini sama pentingnya dalam mengelola suatu bisnis. Sukses nya suatu organisasi sangat bergantung pada kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan tidak dapat dicapai tanpa mengelola hubungan baik dengan pelanggan. Kesuksesan organisasi bergantung pada kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan tidak dapat dicapai tanpa mengelola hubungan baik dengan pelanggan. Dimana kepuasan pelanggan dapat diorganisir melalui CRM. Kotler & Armstrong (2015) mendefinisikan CRM sebagai “keseluruhan proses membangun dan merawat hubungan baik dengan pelanggan yang menguntungkan dengan cara menyediakan/ memberikan nilai dan kepuasan pelanggan yang superior. Model kepuasan

pelanggan bergantung pada analisis kebutuhan, harapan dan interaksi pelanggan dengan organisasi dan pelayanannya. Model kepuasan pelanggan terutama berkaitan dengan CRM guna mendapatkan *feedback* mengenai persepsi pelanggan tentang organisasi dan *performance*-nya serta tentang pemenuhan harapan pelanggan Levy (2012).

Selain itu secara umum banyak usaha ritel yang tidak mampu bertahan karena kurang memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan usaha. Profesionalisme pengelolaan keuangan merupakan kendala dalam pengembangan usaha ritel. Dalam operasionalisasinya, banyak pelaku usaha ritel tidak melakukan pemisahan antara uang pribadi dan uang hasil usaha, sehingga operasionalisasi keuangan usaha menjadi tumpang tindih. (Hasyim, 2013). Salah satu tujuan keuangan yang penting adalah untuk mencapai imbal hasil atas asset. Margin laba bersih (net profit margin) adalah seberapa besar keuntungan (setelah pajak) yang didapat perusahaan dibagi penjualan bersihnya. Sedangkan perputaran asset (asset turnover) dapat juga digunakan untuk mengukur produktivitas asset yang diinvestasikan dalam perusahaan, biasanya dihitung dengan membagi laba bersih dengan total asset. Brman dan Ervans (2007).

Levy (2012) mengungkapkan setiap retail menginginkan kesuksesan dalam hal keuangan. Salah satu tujuan keuangan yang penting adalah untuk mencapai imbal hasil atas asset (return on asset) yang tinggi. Pengusaha yang mengabaikan aspek-aspek keuangan dari bisnis yang akan menimbulkan resiko kegagalan statistical. Salah satu ahli keuangan mengatakan “orang-orang yang tidak mengatur keuangannya pada saat permulaan usaha adalah orang-orang yang mengatur dirinya kepada kegagalan”. Menurut survey, 1/3 dari pengusaha menjalankan perusahaannya tanpa mempunyai perencanaan keuangan. Beberapa penelitian menemukan bahwa hanya 11% dari pemilik usaha kecil yang menganalisis laporan keuangannya seperti bagian dari perencanaan manajerial dan proses pembuatan keputusan. Untuk mencapai tingkat keuntungan, manajer usaha kecil harus mewaspadai posisi keseluruhan keuangan perusahaannya dan perubahan di dalam status keuangan yang digambarkan dari waktu ke waktu. (Norman M Scarborough, 2008)

Pentingnya bagi usaha ritel untuk dapat mengelola keuangan dengan lebih baik. serta mengatur toko ritelnya, dan terus melakukan pengembangan terhadap produk yang dijual, dan hal ini memungkinkan peritel mencari tambahan modal usahanya. Untuk itu masalah seputar prosedur akuntansi dalam pembuatan laporan keuangan. Pemahaman pembuatan laporan keuangan seperti: *balance sheet*, *income statement* dan *cashflow statement* secara menjadi isu penting, karena report tersebut sangat bermanfaat dalam pengajuan kredit lembaga perbankan. Dengan demikian perlu dilatih cara penyusunan

laporan keuangan agar dapat digunakan sebagai persyaratan pengajuan kredit kepada perbankan/investor.

Mitra yang dijadikan tempat kegiatan adalah bergerak dalam bidang perdagangan eceran di pasar tradisional delapan Tangerang Selatan sudah melakukan usaha selama 6 tahun. Melalui observasi awal yang dilakukan pada mitra teridentifikasi beberapa persoalan yang dihadapi mitra antara lain a). Kurangnya pengetahuan mitra dalam melakukan hubungan yang baik dengan pelanggan. b) kurangnya pengetahuan mitra dalam menganalisis kondisi keuangan usaha yang selama ini dihasilkan. Kebanyakan toko ritel mencampur adukkan antara dana usaha dengan dana pribadi/keluarga. Untuk itu kegiatan sebagai akademisi merasa penting untuk melakukan kegiatan PKM dalam upaya mengatasi persoalan mitra tersebut.

B. Permasalahan Mitra

Perkembangan usaha ritel masih cukup memprihatinkan, selayaknya dirasakan oleh semua pihak. Jika kondisi tersebut dibiarkan, maka lambat laun bisnis ritel tidak akan bertahan dalam waktu yang lama. Ditambah lagi banyaknya pesaing yang terus bermunculan, mengakibatkan banyaknya usaha ritel tidak dapat melanjutkan usahanya. Lain halnya dengan usaha ritel yang mempunyai konsumen yang sudah loyal dan manajemen keuangan yang baik akan lebih unggul dari pesaing, dapat berkembang dan melanjutkan usaha untuk jangka waktu yang panjang.

Dari analisis situasi di atas, beberapa persoalan yang dihadapi peritel tradisional di pasar tradisional, kabupaten tangerang yang menjadi prioritas permasalahan dapat dikelompokkan:

1. Bagaimana memperkenalkan Customer Relationship Manajemen pada toko ritel di pasar tradisional
2. Bagaimana strategi manajemen keuangan pada toko ritel di pasar Tradisional di Tangerang
3. Bagaimana cara mensosialisasikan CRM pada mitra
4. Bagaimana mensosialisasikan manajemen keuangan.
5. Bagaimana pendampingan membuat laporan keuangan secara sederhana agar manajemen keuangan usaha dapat terkelola dengan baik.

1.3. Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait (jika PKM merupakan hasil riset)

PKM sebagai implementasi dari hasil penelitian tentang CRM dari anggota Tim, Dimana penting nya CRM dalam menjalankan suatu bisnis. Pelanggan Bagus menjadi Pelanggan Terbaik, melalui CRM akan mengubah pelanggan besi dan emas menjadi pelanggan platinum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menjalin hubungan baik dengan pelanggan merupakan hal yang seharusnya dilakukan oleh setiap perusahaan . baik perusahaan besar maupun kecil, swasta ataupun pemerintah. Setiap usaha dalam satu organisasi apapun harus selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Hal ini dikarenakan posisi dan keberadaan pelanggan sangat memberikan pengaruh dalam keberlangsungan usaha.

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

2.1 Solusi Permasalahan

Solusi untuk mengatasi masalah yang dialami mitra tersebut berupa:

1. Memperkenalkan *customer relationship management*(CRM) usaha bagi kelompok ritel di Kabupaten Tangerang khususnya di pasar tradisional delapan. Model ini sebagai panduan bagi mereka dalam menjalankan usaha ritel dalam menghadapi persaingan ritel dan menjaga loyalitas pelanggan , Aspek ini berkaitan langsung dalam aspek manajemen. **Spesifikasi model** yang diberikan pada kelompok peritel sebagai acuan aktivitas manajemen ritel untuk membangun loyalitas pelanggan ritel mulai dari pengenalan CRM, tujuan, manfaat
2. Memperkenalkan Manajemen keuangan ritel bagi kelompok ritel di Kabupaten Tangerang khususnya di pasar tradisional delapan. Model ini sebagai panduan bagi mereka dalam menjalankan usaha ritel dalam menghadapi persaingan ritel, Aspek ini berkaitan langsung dalam aspek manajemen. Spesifikasi model yang diberikan pada kelompok peritel sebagai acuan aktivitas manajemen keuangan ritel,
3. Memperkenalkan Manajemen keuangan sederhana yang sebaiknya digunakan dalam meningkatkan kinerja keuangan ritel. Spesifikasi model yang ditawarkan adalah: melakukan pendampingan menyusun laporan keuangan yang sederhana sesuai dengan skala usaha yang dilakukan. Mensosialisasikan kepada toko ritel sebagai mitra
4. Mensosialisasikan model manajemen keuangan pada kelompok ritel tradisional di toko toko ritel. Metode ini untuk memberi pembinaan/pelatihan agar mereka dapat mengelola keuangan toko ritelnya secara teratur dan baik. Spesifikasi pelatihan diberikan tentang tujuan perencanaan keuangan ritel. Laporan neraca, laba rugi dan sebagainya.

2.2 Luaran Kegiatan

No	Jenis Luaran	Keterangan
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN atau	Minimal draft
2	Prosiding dalam Temu ilmiah	Minimal draft
Luaran Tambahan (boleh ada)		
1	Publikasi di jurnal Internasional	Minimal draft
2	Publikasi di media massa	Minimal draft
3	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	Minimal draft pendaftaran
4	Teknologi Tepat Guna (TTG)	Minimal draft deskripsi/spesifikasi
5	Model/purwarupa/karya desain	Minimal draft deskripsi/spesifikasi
6	Buku ber ISBN	Minimal draft daftar isi
7	Video kegiatan	Berupa video kegiatan

BAB III

METODE PELAKSANAAN

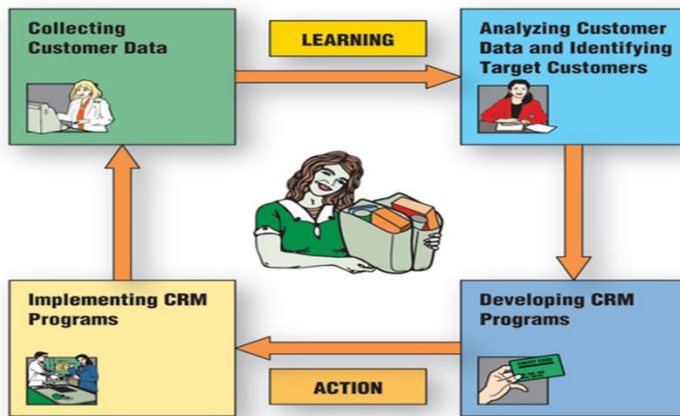
3.1 Tahapan/langkah-langkah solusi bidang Manajemen

Berdasarkan hasil diskusi dengan kelompok ritel di Tangerang, prioritas masalah dihadapi oleh toko ritel tersebut sebagai berikut:

1. Aspek manajemen, yang terkait dengan customer relationship management (CRM) pada CRM yang perlu dilakukan bagi pengecer dalam menjalankan usaha. Sehingga bisnis ritel banyak yang mengalami kegagalan ditengah jalan. **Solusi yang ditawarkan adalah:** menjelaskan , mensosialisasikan aspek yang terdapat pada CRM
2. Aspek manajemen, yang terkait dengan manajemen keuangan ritel, dimana peritel belum memiliki pengetahuan tentang manajemen keuangan yang perlu dilakukan bagi pengecer dalam meningkatkan kinerja toko ritelnya. Solusi yang ditawarkan adalah: a. Membuat panduan model manajemen keuangan bagi kelompok usaha ritel yang berlokasi di pasar tradisional pasar delapan di Tangerang. b. Melakukan sosialisasi atas panduan yang dibuat agar dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas dalam menyusun laporan keuangan usaha secara lebih teratur.
3. Aspek produksi, pada aspek ini melakukan pendampingan dalam membuat pembukuan usaha ritel secara sederhana ,lebih teratur dan rapi.

3.2 Model Yang Ditawarkan Untuk Mengatasi Masalah Mitra

1. Pemahaman CRM process cycle

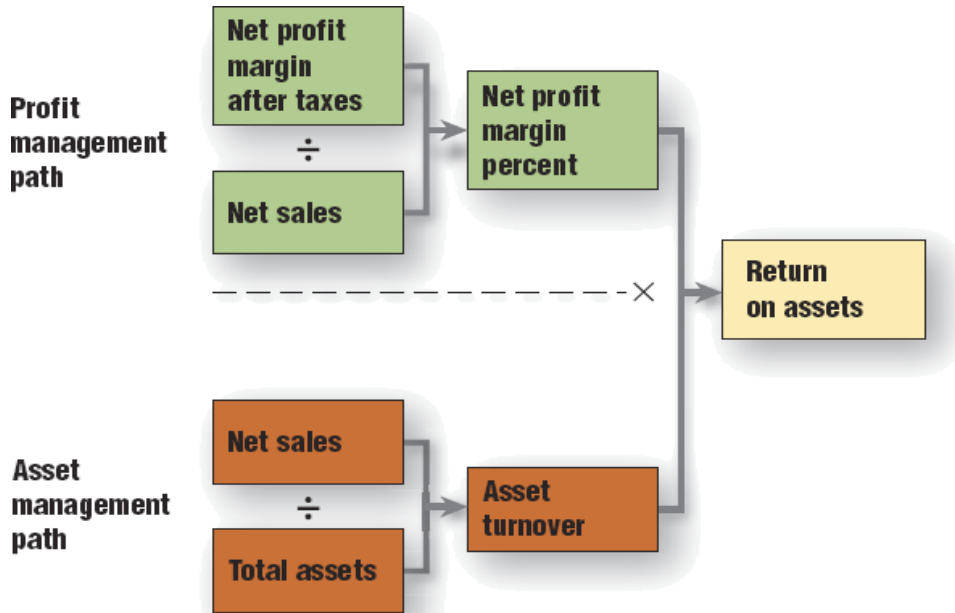


1. Membuat Model Manajemen Keuangan Untuk Kelompok Ritel

Tipe objektif yang harus pengecer punya, yaitu:

1. Financial Objectives – keuntungantidakpasti, namun laba atas investasi (ROI)
2. Societal Objectives – membantu meningkatkan dunia di sekitar kita
3. Personal Objectives – kepuasan diri, status, rasa hormat

Komponen Model Profit Strategis



$$\text{Profit Margin} \times \text{Asset turnover}$$

Rencana kegiatan dalam rangka pemecahan masalah peritel di Tangerang seperti dalam Tabel -1 berikut ini:

Tabel 1: Rencana Kegiatan & Partisipasi Mitra Pengecer

No.	Rencana Kegiatan	Partisipasi Mitra
1	Observasi awal dengan kelompok usaha ritel di Tangerang	Mitra responsif/mendukung mendengar rencana ini.
2	Membuat FDG tentang panduan CRM dan manajemen keuangan ritel yang diperlukan mitra	Tim berdiskusi dengan mitra tentang CRM yang selama ini dilakukan mitra
3	Membuat panduan manajemen keuangan dengan mengkaji aspek keuangan ritel dan praktek sesuai hasil masukan mitra melalui FGD	Tim mengkaji aspek aspek yang terkait dengan manajemen keuangan ritel dengan secara teoritis dan hasil FGD dengan mitra
4	Mensosialisasikan tentang CRM dan manajemen keuangan yang sudah disusun kepada kelompok pengusaha ritel.	Mitra mendengarkan dan berdiskusi tentang RM dan manajemen keuangan pada kelompok mitra
5	Melakukan Pendampingan atas menyusun laporan keuangan usaha ritel	Tim dan mitra memutuskan untuk melakukan penyusunan laporan keuangan secara sederhana
6	Seminar hasil akhir	Tim seminar hasil akhir call paper nasional
7	Pembuatan laporan dan Publikasi	Tim membuat laporan ke LPPM, FE dan mitra dan mempublikasikannya ke jurnal Nasional

3.4 Uraian kepakaran dan tugas masing-masing anggota tim.

Kegiatan ini dilaksanakan untuk mengatasi permasalahan mitra pengusaha ritel di Tangerang dan road map bagi kegiatan riset atau program pengabdian masyarakat

secara berkelanjutan. Pihak terkait dengan kegiatan ini adalah: dosen dengan personalia pelaksana sebagai berikut:

Tabel 2. Daftar Personalia Kegiatan

No	Nama	Bidang Keahlian	Keterangan
1	Thio Lie Sha	Akuntansi	Ketua
2	M. Tony Nawawi	Manajemen	Anggota
3	Rosmita Rasyid	Akuntansi	Anggota
4	Joshua Dominic	Mahasiswa	anggota
5	Andrian	Mahasiswa	Anggota

Pemilihan personel program ini disesuaikan dengan target *ouput* yang ingin dicapai program ini, yaitu: panduan sederhana tentang CRM dan manajemen keuangan, melalui sosialisasi dan pelatihan pada kelompok ritel di pasar tradisional. Pendampingan dilakukan dalam menyusun laporan keuangan usaha secara optimal. Agar sinergi antara personel dalam program ini menjadi tercapai, maka proses pelaksanaan program ini dilakukan dengan mendiskripsikan tiap kegiatan pada masing-masing anggota tim. Proses koordinasi dilakukan langsung oleh ketua tim pengusul, proses wawancara,FGD dan survey langsung di lokasi mitra. Dilanjutkan dengan membuat panduan sederhana CRM dan manajemen keuangan, pelatihan serta pendampingan menyusun laporan keuangan. Dilakukan oleh tim dari fakultas ekonomi manajemen,akuntansi dan mahasiswa.

BAB IV

HASIL KEGIATAN DAN LUARAN YANG DICAPAI

A. Profile Tempat Usaha Ritel

Usaha ritel didirikan di pasar modern delapan di alam Sutera Tangerang Selatan . Pasar 8 dibangun oleh PT Alam Sutera Realty Tbk adalah pusat perbelanjaan dalam bentuk pasar modern yang terletak di kawasan Alam Sutera, Tangerang. Pasar ini sendiri menjadi favorit warga setempat untuk mencari berbagai kebutuhan sehari-hari mereka dengan mudah dan harga yang terjangkau. Pasar 8 juga telah sukses menjadi wadah yang layak bagi para pengusaha lokal, baik kecil maupun menengah, untuk memperdagangkan produk-produk buatan mereka. Menjadi pasar yang saling menguntungkan bagi penjual dan pembeli, tidak mengherankan jika Pasar 8 bisa tetap unggul di tengah pusat perbelanjaan atau area komersial lainnya di kawasan Alam Sutera.

Berbagai produk yang dijual sangat beragam. Mulai dari produk bahan makanan atau kebutuhan dapur. sayuran, bumbu masak, daging, ayam, hingga *seafood*, produk-produk tersebut juga memiliki kualitas tidak kalah dari produk di supermarket dan dengan harga yang relative lebih murah. Sehingga warga senang menghabiskan waktu lama berbelanja di pasar ini. Pasar 8 juga menyediakan berbagai produk kebutuhan rumah tangga lain, seperti peralatan dapur, rumah, kamar mandi, hingga berbagai servis untuk rumah tangga, seperti *laundry*. Terdapat pula sejumlah *tenant* kuliner yang menjual beragam jenis makanan.

Selain itu Pasar 8 dirancang sebagai tempat berbelanja dan berjualan yang nyaman. Hal tersebut diterapkan lewat bangunannya yang membawa konsep modern. Meskipun berbentuk pasar, tempat ini bebas sumpek, bau, atau becek, karena lantainya sudah menggunakan marmer berkualitas. Di samping itu, toko masing-masing penjual ditata sedemikian rupa untuk memberi kesan lapang, sehingga lalu-lalang tetap lancar. Terdapat sekitar 150 unit ruko, 238 kios, dan 304 lapak di pasar ini. Semua unit dibangun dengan material berkualitas, serta hadir dalam berbagai tipe. Kebersihan di Pasar 8 tidak lupa menjadi fokus utama pengelola, sehingga berbelanja di sini memiliki kesan yang sama dengan di supermarket modern. Fasilitas pendukung di Pasar 8 pun tergolong lengkap. Di antaranya adalah area parkir yang luas, mampu menampung ratusan motor

dan mobil, ATM *center*, toilet, dan keamanan selama 24 jam. Di sini juga tersedia kendaraan antar-jemput ke *cluster-cluster* di Alam Sutera.

Pasar 8 dibangun di lokasi yang strategis, sehingga mudah diakses oleh warga dari *cluster* mana pun. Tempat ini juga dikelilingi oleh berbagai area hiburan, seperti tempat rekreasi atau pusat perbelanjaan. Misalnya, Patriot Paintball Sport (350 m), Crystal Lane (450 m), Upside Down World (450 m), Little Jungle Playground (600 m), dan Living World Mall (900 m). Begitu pula dengan berbagai hotel, seperti Hotel Mercure Serpong Alam Sutera (750 m), Soll Marina Hotel (1,2 km), Starlet Hotel Serpong (1,7 km), dan Horison Grand Serpong (3,3 km).

Tempat ini pun dikelilingi oleh berbagai fasilitas pendidikan dan kesehatan. Beberapa sekolah yang berada dekat Pasar 8, antara lain SDN 01 Serpong (180 m), SMPN 8 Tangerang Selatan (400 m), SMAN 2 Tangerang Selatan (240 m), Sekolah Santa Laurensia (1,8 km), dan BINUS ASO School of Engineering (1,3 km). Sementara rumah sakit di sekitar Pasar 8, antara lain RS OMNI Alam Sutera (800 m), OMDC Alam Sutera (1,5 km), dan St. Carolus Hospital Serpong Summarecon (4,7 km).

Pasar 8 adalah satu dari sederet area komersial yang sukses dikembangkan PT Alam Sutera Realty Tbk. Tempat sejenis yang tidak kalah favorit di Alam Sutera adalah Flavor Bliss. Tempat yang dibangun sebagai pusat makanan dan hiburan keluarga bagi warga setempat ini dipenuhi oleh berbagai *tenant* makanan dari merek populer, seperti Starbucks Coffee, Sushi Tei, dan Bandar Djakarta. Flavor Bliss juga menempati area komersial yang sangat luas, yaitu dibangun di atas lahan seluas 7,7 hektar untuk memberi kepuasan jalan-jalan pengunjunnya.

Pasar 8 mudah diakses dari berbagai hunian di sekitarnya, seperti Alam Sutera – Sutera Buana, Alam Sutera Cluster Sutera Kirana, Alam Sutera Cluster Sutera Delima. Begitu pula dengan hunian yang ada di Jakarta, seperti di kawasan Ciledug dan sekitarnya, seperti Winong Asri, Griya Kencana 1, dan Bangun Reksa Indah 2. Berikut ini gambar pasar 8 dan kondisi sekitar



Gambar 1. Pasar 8

Pengemasan pasar tradisional menjadi pasar modern, seperti Pasar 8 tersebut, mampu menahan gempuran mal, supermarket, dan hypermarket.. Dengan kondisi pasar modern seperti ini, setiap hari ratusan juta hingga miliaran rupiah uang beredar di sini.

. Tempat belanja yang rapi dan mirip supermarket ini menemukan berbagai macam kebutuhan sehari-hari. Seperti sayur mayur, tahu, tempe, ikan, daging, ayam, dan masih banyak lagi. Oiya, tidak hanya itu saja, di pasar modern, ini juga berbelanja kebutuhan lainnya. Seperti pakaian, perlengkapan sekolah, sampai aneka boneka semuanya serba ada. Berbagai jenis yang diperdagangkan didalam pasar, sandang maupun pangan. Mulai dari kebutuhan pokok sehari-hari, beras sayur mayur, ikan, daging dagingan, bumbu bumbu sampai kepada kebutuhan sekunder lainnya seperti emas, pakaian, sepatu, perlengkapan rumah tangga dan lainnya



Gambar 2. Beberapa Jenis Barang Yang diperdagangkan

B. Profil Pedagang Ritel

Kegiatan PKM dilakukan dengan mensosialisasikan pedoman model keuntungan strategis, melalui penyusunan laporan keuangan yang baik dan tertata dengan rapi , kepada pemilik toko ritel Wanty Collection Pedagang ritel yang dipilih tergolong dalam usaha ritel produk pakaian. . Berikut merupakan gambar toko ibu Wanty yang terdapat di pasar 8 sebagai berikut:



Gambar 3. Lokasi Toko Ritel Sari

Toko ritel terletak di Blok KN-3 Alam sutera-Tangerang. Ibu Wanty adalah pemilik sekaligus pekerja ditoko, berdirinya toko baju ini sudah cukup lama sekitar 8 tahun lamanya. Ibu Wanty mendirikan usaha untuk turut membantu suami dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Produk yang dijual bervariasi, namun rata-rata pakaian wanita. Harga produk yang dijual juga bervariasi dari harga 60.000 sampai 250 ribu. dan pengadaan produk dibeli dari pasar grosir Tanah Abang. Sistem penjualannya bisa grosir dan eceran, karena tidak semua pembeli bisa membeli dengan sistem grosiran dan sebaliknya. dalam satu bulannya toko ini bisa mere-stock hingga 4 kali, atau seminggu sekali re-stock. Pelayanan dan kualitas barang sangat dipentingkan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan tetapnya. Namun kondisi saat ini ibu Wanty hanya dapat mere-stock 2 kali. bahkan kadang-kadang hanya sekali. Gambar barang dagangan yang dijual adalah :



Gambar 2. Barang Dagangan Yang Di Jual

C. Membuat Model Keuntungan Strategis Usaha Ritel

Output pertama dirancang dalam kegiatan PKM adalah membuat panduan model keuntungan strategis. Desain ini bertujuan untuk memberikan pemahaman agar pemilik toko ritel memiliki pengetahuan dalam mengelola dan menyusun laporan keuangan atas hasil usaha secara lebih baik. Penyusunan draf panduan dilakukan dengan cara diskusi, membaca buku literatur, bertanya dengan pakar dan melalui hasil penelitian. Model tersebut divisualisasikan dalam bentuk panduan dan disosialisasikan kepada komunitas usaha ritel di Toko Sari BSD. Panduan ini terlihat pada **Lampiran 2**. Pemilik ritel

merespon dengan program ini karena mereka menjadi yakin dan mantap dalam menjalankan bisnis eceran terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin pesat. Dalam kegiatan tersebut materi yang disampaikan merupakan pemahaman tentang aspek aspek pada laporan keuangan yaitu :

1. Neraca

Neraca menyediakan kepada pemilik usaha mengenai estimasi nilai perusahaan pada waktu tertentu. Terdapat 2 bagian dalam neraca yang menunjukkan asset apa yang dimiliki oleh perusahaan dan apa saja tanggung jawab yang harus dibayarkan perusahaan terhadap asset tersebut. Neraca biasanya dipersiapkan pada saat hari terakhir pada suatu bulan.

Neraca dibuat berdasarkan persamaan dasar akuntansi : $asset = biaya\ kewajiban + kepemilikan\ modal$. Adanya penambahan atau penurunan pada suatu sisi persamaan tersebut harus sesuai dengan pertumbuhan atau penurunan pada sisi lainnya. Sisi pertama dari neraca terdapat asset dan nilai total yang dimiliki oleh perusahaan. Aktiva lancar terdiri dari kas dan item-item yang dapat dijadikan kas dalam kurun waktu kurang lebih 1 tahun seperti : pendapatan kredit dan inventoris. Aktiva tetap adalah item-item yang digunakan secara jangka panjang dalam bisnis aktiva tidak berwujud termasuk item-item yang walaupun bernilai, tidak mempunyai nilai berwujud seperti nama baik, hak paten dan hak siar.

Bagian kedua dari neraca-neraca menunjukkan kewajiban dari usaha. Kewajiban lancar adalah hutang yang harus dibayar dengan jangka waktu 1 tahun dan kewajiban jangka panjang adalah kewajiban yang harus dilunasi setelah 1 tahun. Pada bagian ini juga ditunjukkan kepemilikan modal, nilai dari investasi yang dimiliki dalam bisnis.

2. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi (atau laporan keuntungan dan kerugian) membandingkan kewajiban-kewajiban terhadap pendapatan dalam periode waktu tertentu untuk menunjukkan keuntungan atau kerugian perusahaan. Laporan laba rugi adalah gambar pergerakan tingkat keuntungan perusahaan dari waktu ke waktu. Laporan laba rugi tahunan menggambarkan bisnis dalam 1 tahun.

Untuk menghitung keuntungan atau kerugian bersih, pemilik harus mencatat harga pokok penjualan dalam 1 tahun, yang termasuk semua pendapatan yang berasal dari penjualan barang atau jasa dan pelayanan. Pendapatan dari sumber-sumber yang lain

(sewa, investasi, bunga) juga harus dimasukkan kedalam bagian pendapatan dari laporan laba rugi. Untuk menentukan pendapatan penjualan bersih, pemilik harus mengurangnya dengan pengembalian barang dagangan, dan dari pendapatan kotor. Harga pokok penjualan barang menggambarkan total biaya, termasuk pengepakan dari barang-barang yang dijual dalam 1 tahun. Kebanyakan retail menghitung harga pokok penjualan barang dengan menambahkan pembelian pada permulaan persediaan dan mengurangnya pada akhir persediaan. Pada perusahaan jasa tidak terdapat harga pokok penjualan. Beban operasi termasuk semua biaya yang berasal langsung dari pembuatan dan distribusi barang. Biaya umum berasal dari biaya tidak langsung. Yang tidak termasuk dalam beban operasi : biaya lain-lain, berasal dari biaya yang bukan beban operasi dan beban umum. Pendapatan total dikurangi total biaya akan didapatkan keuntungan atau kerugian bersih.

3. Analisis Rasio

Pengusaha mempunyai bisnis yang baik dengan bantuan rencana keuangan solid, langkah berikutnya adalah menjaga perusahaan pada arah yang benar dengan bantuan pengendalian keuangan. Melakukan pengendalian keuangan dan menggunakannya secara konsisten adalah salah satu kunci untuk menjaga bisnis tetap baik. Salah satu alat yang sangat membantu pengendalian keuangan adalah analisis rasio (Norman M Scarborough,1996:290). Analisis rasio adalah sebuah metode yang menggambarkan hubungan antara 2 elemen akuntan, menyediakan teknik yang baru untuk melakukan analisa keuangan. Perbandingan ini membuat manajer usaha kecil dapat menentukan jika perusahaan memiliki kekurangan persediaan, beban operasional yang tinggi, kredit yang berlebihan dan mengatur pembayaran atas utang tepat pada waktunya dan menjawab pertanyaan-pertanyaan lain yang berhubungan dengan efisiensi operasi.

Dari sudut pandang investor, analisis rasio digunakan untuk memprediksi masa depan. Dari sudut pandang manajemen digunakan untuk mengantisipasi kondisi di masa depan dan sebagai titik awal perencanaan untuk tindakan di masa depan. Terdiri dari 5 kelompok penilaian, yakni : rasio likuiditas, rasio manajemen aktiva, rasio manajemen, rasio profitabilitas, rasio nilai pasar

Proses pendampingan dilakukan dengan pembuatan laporan keuangan sederhana pada toko toko ritel dengan melakukan berbagai aspek penilaian ratio keuangan. Dengan demikian besarnya keuntungan perusahaan yang diperoleh akan segera dapat diketahui.

D. Sosialisasi Perilaku Konsumen

Proses FDG dilakukan juga pada pembuatan model panduan CRM. Pemilik toko ritel harus memahami tentang CRM. Agar dapat mempertahankan atau mendapatkan dan meningkatkan hubungan yang langgeng dengan konsumen. Pemahaman tentang CRM tersebut bertujuan untuk lebih mengetahui bagaimana dan apa yang harus dilakukan dalam menjalin hubungan jangka Panjang dengan pelanggan. Spesifikasi materi pelatihan berupa pemahaman tentang pengertian CRM, Customer loyalty, siklus CRM, customer database, Identifying Information, Pedoman FTC untuk Praktik Informasi yang Adil (Modul terlampir).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan ini, diperoleh simpulan sementara sebagai berikut:

1. Panduan tentang CRM sudah tersusun dengan melakukan FGD, observasi dan wawancara dengan pihak terkait. Sosialisasi skala kecil sudah dilakukan pada mitra usaha ritel yang terdapat di pasar Delapan .
2. Pelatihan penyusunan laporan keuangan perlu dilakukan dalam menjalankan bisnis secara berkelanjutan dan unggul dalam persaingan..
3. Pendampingan membuat laporan keuangan usaha , sudah dilakukan dan berjalan dengan lancar.

B. Saran

Perbaikan secara berkelanjutan usaha ritel dapat dilakukan antara lain dapat dikembangkan dalam kajian selanjutnya.

1. Proses pembinaan kontinuitas usaha, melalui pemetaan terhadap permasalahan usaha ritel.
2. Melakukan kerja sama dengan mitra, untuk relokasi layout, display, pencahayaan yang sudah tidak layak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

1. Hair, J. F., Anderson, R. E., Mehta, R., & Babin, B. J. (2013). *Sales Management : Building Customer Relationships and Partnerships*. Boston: Houghton Mifflin Co.
2. Armstrong, Kotler 2015, "Marketing an Introducing Preiece Hall twelfth edition", England : Pearson Education, Inc
3. Levy, Michael and Barton A. Weitz (2012). *Retailing Management*. New York : McGraw-Hill Companies
4. Berman, Barry and Joel R. Evans (2007), *Retail Management: A Strategic Approach*, 10th ed., Prentice Hall
5. Thomas W Zimmerer, Norman M Scarborough (2008), *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba empat, Jakarta
6. Hasyim, Diana (2013). Kualitas Manajemen Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) (Studi Kasus Pada Distribution Store (Distro) Di Kota Medan) *Jurnal Jupiis* Vol 5 No 2
7. Levy, Michael and Barton A. Weitz (2012). *Retailing Management*. New York : McGraw-Hill Companies
8. Scarborough, Norman M, and Zimmerer, Thomas. W.1996, *Effective small bussines management*. Fifth edition. Prentice hall, inc. New Jersey, USA

Lampiran . Peta Lokasi



PETA LOKASI



Lampiran

Gambaran Iptek

	Gambaran Iptek yang akan dilaksanakan pada Mitra
1	Panduan Penilaian CRM
2	Sosialisasi atau pelatihan tentang CRM
3	Panduan Penilaian manajemen keuangan
4	Evaluasi program CRM
5	Panduan manajemen keuangan ritel
6	Sosialisasi atau pelatihan tentang keuangan ritel
7	Pendampingan melakukan menyusun laporan keuangan usaha yang sudah dicapai
8	Evaluasi hasil keuangan usaha