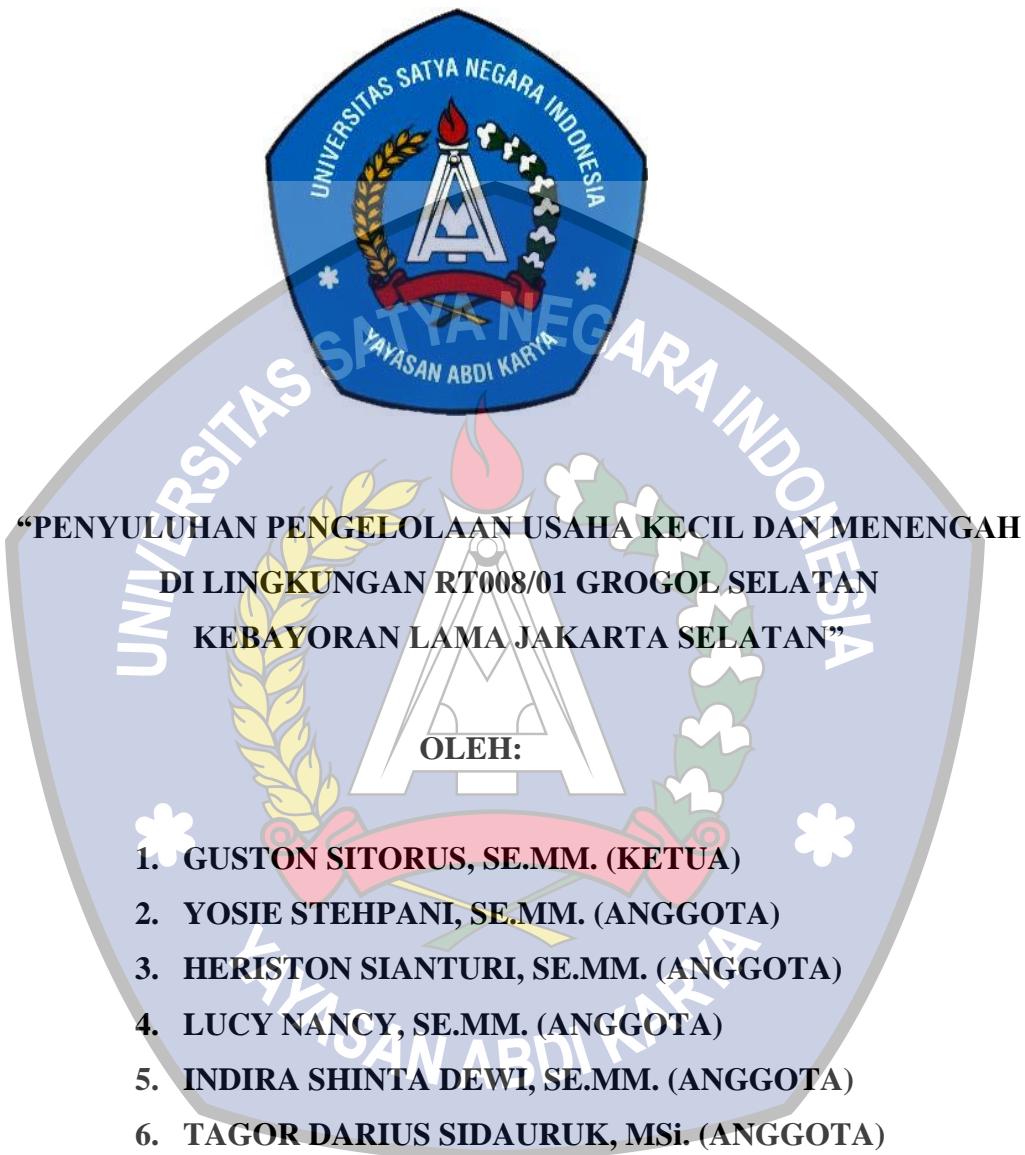


LAPORAN HASIL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT



SEMESTER GENAP 2015/2016

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JUNI 2016

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan perlindunganNya sehingga penyusunan laporan hasil pengabdian pada masyarakat ini dapat kami selesaikan dengan baik. Laporan hasil pelaksanaan Pengabdian pada Masyarakat (P2M) ini disusun sesuai dengan topik yang sudah disetujui.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (P2M) Universitas Satya Negara Indonesia (USNI) telah menugaskan kami untuk melaksanakan P2M pada Semester Genap 2015/2016 ini dengan topik **PENYULUHAN PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) DI LINGKUNGAN RT008/01 GROGOL SELATAN KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN.** P2M ini telah kami laksanakan mulai bulan Maret s/d Juni 2016 dan semua berjalan dengan lancar sesuai dengan yang telah direncanakan.

Kami Tim P2M Dosen Tetap Fakultas Ekonomi USNI mengucapkan terimakasih kepada Pimpinan USNI, Pimpinan Fakultas Ekonomi, Kepala LPPM USNI, dan juga Ibu Nunung (Dekan Fakultas Teknik USNI) yang telah bersusah payah untuk mencari lokasi P2M ini, serta kepada Bapak Arief Sulaiman sebagai Ketua RT008/01 Grogol Selatan yang telah bersedia menjadi lokasi pelaksanaan P2M ini. Semoga pelaksanaan P2M ini bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi pedagang kecil di lingkungan RT008/01.

Jakarta, Juni 2016

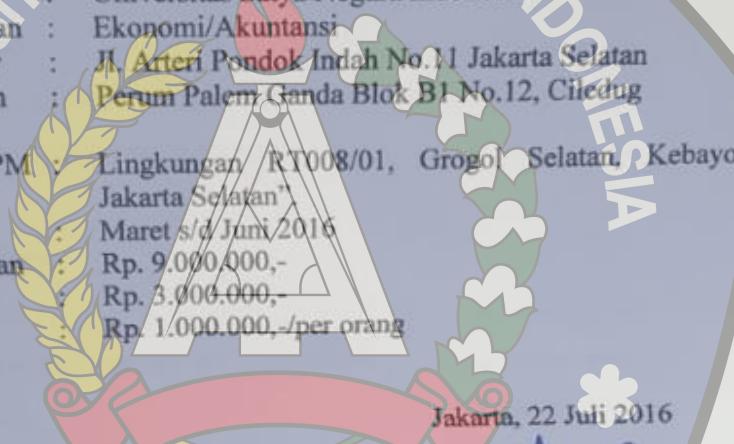
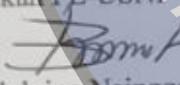
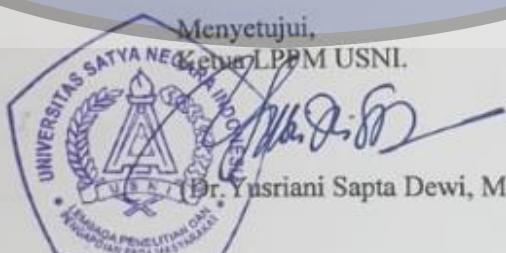
Ketua Tim P2M

Guston Sitorus, SE.MM

(i)

HALAMAN IDENTITAS DAN PEGESAHAH KEGIATAN P2M

1. Judul : “Penyuluhan Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Lingkungan RT008/01 Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan”.
2. Bidang Ilmu : Manajemen dan Akuntansi
3. Ketua Proyek :
- a. Nama : Guston Sitorus, SE.MM.
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. Pangkat/Golongan : Penata/IV-B
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
 - e. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
 - f. Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
 - g. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
 - h. Alamat Rumah : Jl. Kerja Bakti III No.11 RT008/002 Makasar Jakarta Timur.
4. A. Anggota-1
- a. Nama : Yossie Sthephani, SE.MM.
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. Pangkat/Golongan : Penata/III-A
 - d. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - e. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
 - f. Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
 - g. Alamat Kantor : Jl. Arteri pondok Indah No.11
 - h. Alamat Rumah : Perumahan Pondok Cabe Ciputat – Banten
- B. Anggota-2
- a. Nama : Heriston Sitorus, SE. MM.
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. Pangkat/Golongan : Penata/III-D
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor
 - e. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
 - f. Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi
 - g. Alamat Kantor : Jl. Arteri pondok Indah No.11
 - h. Alamat Rumah : Perumahan Pamulang Hill F/3 Pamulang -Tangsel
- C. Anggota-3
- a. Nama : Luci Nancy Simatupang, SE.MM.
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. Pangkat/Golongan : Penata Muda/III-C
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor
 - e. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
 - f. Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
 - g. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
 - h. Alamat Rumah : Perum Sabar Ganda Blok A No.76, Pondok Aren

C. Anggota-3 :	
a. Nama	: Indira Shinta Dewi, SE.MM.
b. Jenis Kelamin	: Perempuan
c. Pangkat/Golongan:	Penata Muda/III-B
d. Jabatan Fungsional:	Asisten Ahli
e. PTS	: Universitas Satya Negara Indonesia
f. Fakultas/Jurusan	: Ekonomi/Manajemen
g. Alamat Kantor	: Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
h. Alamat Rumah	: Komplek Telkom Griya Satwika A5 No.9 Legoso Ciputat
D. Anggota-4 :	
a. Nama	: Tagor Darius Sidauruk, SE.MSi.
b. Jenis Kelamin	: Laki-laki
c. Pangkat/Golongan:	Penata Muda/III-B
d. Jabatan Fungsional:	Asisten Ahli
e. PTS	: Universitas Satya Negara Indonesia
f. Fakultas/Jurusan	: Ekonomi/Akuntansi
g. Alamat Kantor	: Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
h. Alamat Rumah	: Perum Palem Randa Blok B1 No.12, Ciledug
4. Lokasi Kegiatan LPPM	: Lingkungan RT008/01, Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan
5. Waktu Kegiatan	: Maret s/d Juni 2016
6. Biaya yang diperlukan	: Rp. 9.000.000,- Rp. 3.000.000,- Rp. 1.000.000,-/per orang
 Mengatahui, Dekan FE-USNI  Adolpino Nainggolan, SE.MAk.	
Menyetujui, Ketua LPPM USNI  Guston Sitorus, SE.MM.	
 (Dr. Yusriani Sapta Dewi, MSi.)	

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Kegiatan Pengabdian Masyarakat	3
1.4. Manfaat Pengabdian pada Masyarakat	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Perilaku Konsumen	4
2.2. Pelayanan Kepada Pelanggan Melalui Komunikasi	7
2.3. Perencanaan Bisnis	13
2.4. Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha	16
2.5. Tips Mengelola Keuangan UKM	17
2.6. Pajak Penghasilan (PPh) UKM	20
BAB III METODOLOGI	
3.1. Tempat dan Waktu	27
3.2. Metodologi Penyuluhan	27
3.3. Bahan dan Alat Pelatihan	28
3.4. Tahapan Pelatihan	28

3.5. Pengumpulan Data	28
3.6. Pengolahan Data	28
3.7. Analisis Data	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Pelaksanaan Penyuluhan	30
4.2. Profil Peserta Penyuluhan	31
4.3. Penyuluhan Memahami Perilaku Konsumen	33
4.4. Penyuluhan Pelayanan Kepada Pelanggan Melalui Komunikasi	38
4.5. Penyuluhan Perencanaan Bisnis	42
4.6. Penyuluhan Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha	46
4.7. Penyuluhan Tips Mengelola Keuangan UKM	50
4.8. Penyuluhan Pajak Penghasilan UKM	55
4.9. Kemampuan Awal dan Akhir Pengelolaan UKM	59
4.10. Keberhasilan Penyuluhan Mengelola UKM	61
4.11. Uji Perbandingan Dua Rata-Rata (Paired Samples Test)	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

TABEL 4.1 : USIA PESERTA	32
TABEL 4.2 : PENDIDIKAN PESERTA	33
TABEL 4.3 : DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN	34
TABEL 4.4 : PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN	34
TABEL 4.5 : DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN	35
TABEL 4.6 : PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN	36
TABEL 4.7 : KEBERHASILAN PENYULUHAN MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN	36
TABEL 4.8 : DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN PELAYANAN KEPADA PELANGGAN MELALUI KOMUNIKASI	38
TABEL 4.9 : PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN PELAYANAN KEPADA PELANGGAN MELALUI KOMUNIKASI	39
TABEL 4.10: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN PELAYANAN KEPADA PELANGGAN MELALUI KOMUNIKASI	40
TABEL 4.11: PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN PELAYANAN KEPADA PELANGGAN MELALUI KOMUNIKASI	40
TABEL 4.12: KEBERHASILAN PENYULUHAN PELAYANAN KEPADA PELANGGAN MELALUI KOMUNIKASI	41
TABEL 4.13: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN PERENCANAAN BISNIS	42

TABEL 4.14: PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN PERENCANAAN BISNIS	43
TABEL 4.15: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN PERENCANAAN BISNIS	44
TABEL 4.16: PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN PERENCANAAN BISNIS	44
TABEL 4.17: KEBERHASILAN PENYULUHAN PERENCANAAN BISNIS	45
TABEL 4.18: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN PRINSIP-PRINSIP AKUNTANSI KEUANGAN USAHA	46
TABEL 4.19: PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN PRINSIP-PRINSIP AKUNTANSI KEUANGAN USAHA	47
TABEL 4.20: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN PRINSIP-PRINSIP AKUNTANSI KEUANGAN USAHA	48
TABEL 4.21: PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN PRINSIP-PRINSIP AKUNTANSI KEUANGAN USAHA	48
TABEL 4.22: KEBERHASILAN PENYULUHAN PRINSIP-PRINSIP AKUNTANSI KEUANGAN USAHA	40
TABEL 4.23: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN TIPS MENGELOLA KEUANGAN UKM	50
TABEL 4.24: PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN TIPS MENGELOLA KEUANGAN UKM	51
TABEL 4.25: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN TIPS MENGELOLA KEUANGAN UKM	52
TABEL 4.26: PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PELATIHAN TIPS MENGELOLA KEUANGAN UKM	53

TABEL 4.27: KEBERHASILAN PELATIHAN TIPS MENGELOLA KEUANGAN UKM	54
TABEL 4.28: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN PAJAK UKM	55
TABEL 4.29: PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN PAJAK UKM	56
TABEL 4.30: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN PAJAK UKM	57
TABEL 4.31: PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN PAJAK UKM	57
TABEL 4.32: KEBERHASILAN PENYULUHAN PAJAK UKM	58
TABEL 4.33: REKAPITULASI PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH	59
TABEL 4.34: REKAPITULASI PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN MENGELOLA USAHA KECIL DAN MENENGAH	60
TABEL 4.35: KEBERHASILAN PENYULUHAN PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH	61
TABEL 4.36: PAIRED SAMPLES STATISTICS	62
TABEL 4.37: PAIRED SAMPLES CORRELATIONS	62
TABEL 4.38: PAIRED SAMPLES TEST	63

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: SURAT TUGAS KETUA LPPM USNI TENTANG PELAKSANAAN P2M	66
LAMPIRAN 2	: SURAT PERMOHONAN KETUA LPPM USNI KETUA RT008/01, GROGOL SELATAN, KEBAYORAN LAMA JAKARTA SELATAN	67
LAMPIRAN 3	: SURAT KETERANGAN DARI KETUA RT008/01 GROGOL SELATAN JAKARTA SELATAN	68
LAMPIRAN 4	: KUESIONER SEBELUM DAN SESUDAH PELATIHAN	69
LAMPIRAN 5	: DATA KASAR JAWABAN SEBELUM PENYULUHAN	75
LAMPIRAN 6	: DATA KASAR JAWABAN SESUDAH PENYULUHAN	76
LAMPIRAN 7	: JADWAL PELAKSANAAN PENYULUHAN PENGELOLAN UKM	77
LAMPIRAN 8	: DAFTAR HADIR PESERTA PENYULUHAN	78
LAMPIRAN 9	: FOTO-FOTO PELAKSANAAN PENYULUHAN	85

BAB I

PENDAHULUAN

1.5. Latar Belakang Permasalahan

Pekerkembangan atau pertumbuhan ekonomi Indonesia dewasa ini mengalami tantangan yang sangat berat yang ditandai dengan melambatnya ekonomi duani yang disebabkan berbagai faktor, terutama menurunnya harga minyak dan gas dunia. Hal ini akan berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap perekonomian Indonesia. Untuk itu Negara Republik Indonesia Harus memaksimalkan semua potensi dalam negeri agar mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia atau minimal mempertahankan agar tidak terjadi penurunan kesejahteraan masyarakat.

Salah satu potensi yang harus dikembangkan adalah potensi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dimana sector ini merupakan sector yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat terutama masyarakat di Kota Jakarta. Banyak masalah yang dihadapi para pengusaha UKM dalam mengelola usahanya sehingga masih tetap tergolong usaha tradisional sehingga perkembangannya sangat lambat. Adapun berbagai masalah yang dihadapi para pengusaha UKM, antara lain:

Pertama, pengusaha UKM belum memahami betapa pentingnya memberikan kepuasan dan membangun komunikasi dengan para konsumen, sehingga memiliki konsumen yang loyal. Hal yang sama juga para pengusaha belum mampu merencanakan bisnisnya atau usahanya dengan baik, sehingga rentan dengan kehadiran usaha-usaha yang lebih moder, seperti Mini Market yang sedang menjamur. Masalah kedua yang dihadapi para pengusaha UKM, yaitu belum mampu menjalankan keuangan usahanya dan terutama memahami tips-tips mengelola keuangan usaha. Dan yang ketiga pengusaha belum mampu memahami prosedur perpajakan termasuk menghitung pajak usahanya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Dalam kondisi atau berbagai masalah yang dihadapi para pengusaha UKM di atas maka semua pihak harus berperan aktif termasuk dunia pendidikan tinggi. Universitas Satya Negara Indonesia (USNI) sebagai salah satu lembaga perguruan tinggi turut

bertanggungjawab meningkatkan kemampuan para pengusaha UKM untuk mengelola usahanya sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia.. Dalam hal ini USNI memberikan penyuluhan sebagai wujud dari pelaksanaan salah satu unsur dari Tridarma Perguruan Tinggi, yaitu Pengabdian pada Masyarakat (P2M). Pelaksanaan P2M difokuskan pada pelaksanaan penyuluhan bagi pengusaha kecil dan menengah.

Kegiatan P2M ini dilaksanakan setiap semester dan pelaksanaan P2M kali ini merupakan perluasan dari pelaksanaan P2M sebelumnya yang memilih lokasi dari Rukun Tetangga (RT) yang berbeda yang berada di Wilayah Kelurahan Grogol Selatan, Jakarta Selatan, yang dilaksanakan secara teratur dari RT yang satu ke RT yang lain setiap semester.

Penyuluhan pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah ini akan dilakukan oleh Dosen Tetap USNI yang kesekian kalinya, hanya perberdaanya dengan yang sekarang adalah wilayah penyuluhan pengusaha kecil dan menengah dilaksanakan di lingkungan RT008/01 Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Sehingga Judul P2M ini adalah: “**PENYULUHAN PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH DI LINGKUNGAN RT008/01 GROGOL SELATAN, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN**”.

1.6. Perumusan Masalah

Permasalahan yang dapat kami rumuskan adalah;

- a. Belum ada kemampuan dan pemahaman pengusaha kecil tentang perilaku konsumen.
- b. Belum ada kemampuan dan pemahaman pengusaha kecil melayani pelanggan melalui komunikasi bisnis.
- c. Belum ada kemampuan dan pemahaman pengusaha kecil membuat perencanaan bisnis.
- d. Belum ada kemampuan dan pemahaman pengusaha kecil tentang prinsip-prinsip mengelola keuangan usaha.
- e. Belum ada kemampuan dan pemahaman pengusaha kecil tentang tips mengelola keuangan usaha kecil dan menengah.
- f. Belum ada kemampuan dan pemahaman pengusaha kecil tentang pajak usaha kecil dan menengah.

1.7. Tujuan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini mempunyai tujuan:

- a. Meningkatkan kemampuan dan pemahaman pengusaha kecil tentang perilaku konsumen.
- b. Meningkatkan kemampuan dan pemahaman pengusaha kecil untuk merencanakan bisnis
- c. Meningkatkan kemampuan dan pemahaman pengusaha kecil melayani pelanggan melalui komunikasi bisnis.
- d. Meningkatkan kemampuan dan pemahaman pengusaha kecil tentang prinsip-prinsip mengelola keuangan usaha.
- e. Meningkatkan kemampuan dan pemahaman pengusaha kecil tentang tips mengelola keuangan usaha kecil dan menengah.
- f. Meningkatkan kemampuan dan pemahaman pengusaha kecil tentang perhitungan pajak usaha kecil dan menengah.

1.8. Manfaat Pengabdian pada Masyarakat

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini mempunyai sejumlah manfaat di antaranya:

- a. Pengusaha kecil dan menengah akan mampu dan paham meningkatkan pelayanannya kepada konsumen.
- b. Pengusaha kecil dan menengah akan mampu dan paham membuat perencanaan bisnis.
- c. Pengusaha kecil dan menengah akan mampu dan paham melayani pelanggan melalui komunikasi bisnis.
- d. Pengusaha kecil dan menengah akan mampu dan paham nelayani pelanggan melalui komunikasi.
- e. Pengusaha kecil dan menengah akan mampu dan paham mengelola keuangan usaha dengan baik.
- f. Pengusaha kecil dan menengah akan mampu dan paham tentang menghitung pajak usaha kecil dan menengah.

BAB II

TIJAUAN PUSTAKA

Perusahaan-perusahaan yang sukses saat ini adalah perusahaan yang mampu mendapatkan keuntungan jangka panjang atau dengan kata lain perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu menjamin rutinitas perusahaan atau kontinuitas perusahaan. Kesuksesan in tentunya didukung oleh para pengusaha mengelola usahanya, baik dari sisi pemasaran, keuangan, dan operasionalnya.

Hal yang sama kesuksesan usaha kecil dan menengah pun sangat tergantung pada kemampuan para pengelola dalam meningkatkan kemampuannya di bidang pemasaran ,keuangan dan operasional dari usahanya.

2.1. Pengertian Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Philip Kotler & Gary Armstrong alih bahasa Alexander Sindoro, dalam bukunya Dasar-dasar Pemasaran (*Principles of Marketing*) (2010), tingkah laku membeli konsumen mengacu pada tingkah laku membeli konsumen akhir (individu dan rumah tangga) yang membeli barang serta jasa untuk konsumsi pribadi.

Dari pendapat yang dikemukakan tersebut maka dapat diambil benang merah, definisi mengenai perilaku konsumen, yaitu:

- a. Perilaku konsumen adalah dinamis, menekankan bahwa seorang konsumen, kelompok konsumen serta masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu.
- b. Perilaku konsumen melibatkan interaksi, menekankan bahwa untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, kita harus memahami yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh konsumen.
- c. Perilaku konsumen melibatkan pertukaran, menekankan bahwa konsumen tetap konsisten dengan definisi pemasaran yang sejauh ini juga berkaitan dengan pertukaran.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Tujuan kegiatan pemasaran adalah mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan (di samping barang lain) pada saat mereka membutuhkan. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli adalah berbeda-beda untuk masing-masing pembeli, di samping produk yang dibeli dan saat pembeliannya berbeda.

1) Faktor Budaya

Faktor budaya yang memiliki pengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku budaya ini terdiri dari beberapa komponen:

- a. Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Jika makhluk yang lebih rendah perilakunya sebagian besar diatur oleh naluri maka perilaku manusia sebagian besar muncul dari pembelajaran.
- b. Subbudaya: setiap budaya terdiri dari subbudaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus anggota-anggotanya.
- c. Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif lebih homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan hierarki.

2) Faktor Sosial

- a. Kelompok adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran individu atau bersama.
- b. Keluarga adalah organisasi (kelompok kecil pembeli) yang paling penting dalam masyarakat.
- c. Peran dan status. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran memiliki status.

3) Faktor Pribadi

- a. Usia dan tahap siklus hidup. Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Konsumsi ini juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga.
- b. Pekerjaan. Pekerjaan seseorang mempengaruhi pola konsumsinya. Sebuah perusahaan bahkan dapat mengkhususkan produknya untuk kelompok pekerjaan tertentu.

- c. Keadaan ekonomi. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang.
- d. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.
- e. Kepribadian dan konsep diri. Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembelinya.

4) Faktor Psikologis

Pilihan seseorang untuk membeli dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan serta keyakinan dan pendirian.

- a. Motivasi merupakan alasan yang mendasari seseorang untuk melakukan suatu tindakan.
- b. Persepsi adalah proses bagaimana individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan masukan serta informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.
- c. Pengetahuan. Pada saat seseorang bertindak, mereka belajar menggambarkan perubahan perilaku seseorang individu berasal pada perubahan yang bersumber dari pengalaman.
- d. Keyakinan dan sikap. Keyakinan adalah pemikiran deskriptif tentang suatu hal yang dianut oleh seseorang. Sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan atas beberapa objek atau gagasan.

2.2. Pelayanan Pelanggan Melalui Komunikasi Bisnis

Setiap manusia secara individu mempunyai keinginan untuk memiliki sebuah usaha yang dia bangun sendiri. Entah sebagai pemenuhan kebutuhan hidup atau untuk sebuah lambang status dalam lingkup kehidupannya. Banyak faktor yang mendorong seseorang untuk terjun dalam bidang kewirausahaan.

Sulitnya mencari pekerjaan, terbatasnya lapangan pekerjaan yang ada, jumlah pencari kerja yang tidak sebanding dengan lapangan pekerjaan yang tersedia, atau juga

karena seseorang mempunyai uang lebih yang kemudian dialokasikan untuk kegiatan usaha yang terkadang dapat memberikan solusi mengenai minimnya lapangan pekerjaan dan membuka peluang memberikan pekerjaan bagi orang banyak.

Bagi banyak orang yang mempunyai modal besar pastilah bentuk usaha mereka bukanlah jenis usaha kecil, mengingat besarnya permodalan yang mereka miliki dan juga jalinan relasi yang mereka jalin dapat memuluskan usaha baru yang mereka bentuk. Bagi pemilik usaha kecil harus berusaha bertahan dan siap dalam menghadapi persaingan karena kecilnya modal yang mereka miliki dan jalinan relasi yang tidak banyak mereka miliki.

Untuk bertahan dan memenangkan persaingan, para pemilik usaha kecil harus mempunyai produk unggulan yang berkualitas dan mempunyai pelanggan. Mempunyai pelanggan merupakan suatu keharusan untuk memperoleh keuntungan yang besar. Usaha akan tetap eksis jika pelanggan yang datang tidak hanya datang sekali saja melainkan pelanggan tersebut loyal atau setia untuk mengkonsumsi atau membeli produk-produk yang dijual baik produk riil maupun produk jasa.

Aspek terpenting untuk mendapatkan pelanggan dan menjaga loyalitas pelanggan adalah melalui komunikasi. Tidak banyak pengusaha, terutama yang mempunyai usaha skala kecil/menengah, menyadari betapa pentingnya komunikasi dengan pelanggan.

Mereka cenderung menyepelekan upaya menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan. Mereka beranggapan hal tersebut hanya akan membuang-buang uang mereka. Dengan kata lain terlampau besar ongkosnya dan tidak sebanding dengan keuntungan yang diperolehnya. Mereka lebih mengutamakan produk yang berkualitas yang sesuai dengan harga, maka produk tersebutlah yang akan mendatangkan keuntungan besar. Segala hal yang menyepelekan komunikasi akan hilang apabila kita melihat aspek komunikasi itu dengan cara pandang yang berbeda.

Dengan membuat sebuah anggapan bahwa komunikasi itu merupakan sebuah Penanaman Modal (Investasi) bukan sebuah biaya yang besar yang harus dikeluarkan pengusaha kecil. Menerapkan sebuah strategi komunikasi dalam bisnis atau usaha bukan sesuatu yang sulit bagi mereka yang termasuk dalam usaha skala besar. Karena modal yang mereka miliki besar, mereka dapat menggunakan jasa iklan baik di televisi maupun media cetak lainnya seperti surat kabar ataupun majalah, bahkan radio. Atau memasang sejumlah

iklan di papan reklame yang terpampang di berbagai sudut jalan yang strategis, yang memudahkan konsumen melihat dan membacanya.

Bagi pemilik usaha kecil, mereka tidak akan semampu para pemilik usaha menengah atau besar dalam menerapkan strategi komunikasi bisnis mereka dengan para pelanggan.

Jalan untuk melakukan promosi harus tetap dilakukan dan masih ada peluang di depannya. Kemajuan teknologi yang menjadi dunia tanpa batas, dapat mereka manfaatkan. Media yang digunakan dapat melalui spanduk, poster, brosur. Yang terpenting melakukan suatu terobosan yang unik dengan biaya murah meriah, serta tetap menjaga dalam ingatan pelanggan bahwa usaha kecil itu tetap ada untuk mereka.

Beberapa hal yang dapat diterapkan dalam strategi komunikasi kepada pelanggan untuk meraih pangsa pasar yang ada, yaitu:

1. Menciptakan suatu Kesan Awal yang Bagus

Seperti bunyi iklan sebuah produk yang begitu melekat di benak pelanggan “KESAN PERTAMA BEGITU MENGGODA...”

Maka kepada para pemilik usaha kecil perlu memperhatikan kesan awal yang terjalin dengan pelanggan. Memberikan pelayanan dan kesan yang baik merupakan sebuah awal yang baik dalam komunikasi bisnis.

Pada awalnya sebuah proses pelayanan dimulai dari sapaan dengan kata-kata sopan, tatapan mata yang bersahabat, intonasi suara yang ramah, bahasa tubuh, dan cara mendengarkan dan memberikan pelayanan kepada calon pembelinya, sehingga membentuk sebuah ikatan emosional dengan pelanggan. Sebab keputusan membeli seseorang juga sangat dipengaruhi oleh perlakuan yang diterimanya.

2. Berkommunikasi secara Langsung

Kommunikasi dengan pelanggan intinya membangun kedekatan emosional dengan mereka. Itu sebabnya, komunikasi akan lebih efektif bila si pengusaha langsung berkommunikasi dengan pelanggannya. Banyak cara yang bisa ditempuh. Anda bisa menelepon mereka, mengirim SMS, atau bahkan melakukan kunjungan. Kita juga harus pandai memilih saat yang tepat untuk menerapkannya.

3. Suasana Nyaman

Pengusaha harus selalu melakukan upaya berkesinambungan untuk selalu memanjakan pelanggan sehingga menjadi puas. Setelah memiliki produk unggulan yang berkualitas dan menampilkan keramahan terhadap para pelanggan maka kenyamanan juga akan memberikan nilai tambah terhadap calon pembeli. Suasana nyaman yang sengaja dihadirkan oleh pemilik usaha juga memberikan pengaruh yang besar bagi pembeli untuk betah berlama-lama memilih barangnya hingga akhirnya memutuskan untuk membeli. Bahkan tidak jarang bagi pembeli yang terpuaskan akhirnya menjadi pelanggan yang setia.

4. Promosi Dengan Poster, Brosur dan Spanduk

Poster, brosur dan spanduk memang media promosi konvensional tapi bisa sangat efektif asal tahu cara memanfaatkannya. Pastikan designnya menarik, sehingga orang akan menoleh ketika melihatnya. Tidak perlu terlalu banyak kata, tapi usahakan agar informasi yang ingin Anda sampaikan termuat semua. Perhatikan pula waktu dan tempat yang tepat untuk memasangnya. Juga perlu diingat, agar Anda menyebar atau memasang media itu di tempat yang sesuai dengan produk yang ditawarkan.

5. Perhatikan Unsur Lokal

Usaha-usaha kecil biasanya berawal dari segmen pasar yang berada di lingkungan sekitar. Untuk itu jangan lupa berkomunikasi dengan menggunakan unsur-unsur lokal yang ada di sana, seperti budaya, kebiasaan, bahasa, sampai media lokal.

6. Pelayanan Prima

Pelayanan kepada pelanggan juga termasuk aspek komunikasi. Bahkan, ini bisa menjadi langkah kunci untuk menambah loyalitas pelanggan. Pada gilirannya, keputusan pelanggan bisa memicu munculnya iklan gratis dari mulut ke mulut.

7. Personal Brand

Dalam usaha yang skala kecil, sering usaha identik dengan pemiliknya. semisal Gepuk Ny. Ong, Ayam Goreng Suharti, Sate Mak Syukur, Pastel Mak Cik, dan sebagainya. Kalau reputasi anda memang bagus, manfaatkan saja sebagai brand atau merek. Cuma, merek seperti ini ada risikonya juga. Kalau suatu saat reputasi Anda anjlok, bisa-bisa usaha ikut turun.

8. Menangani Keluhan Pelanggan

Seberapapun kerja keras yang kita lakukan sebagai pengusaha, selalu saja ada saat dimana pelanggan merasa tidak puas dengan produk atau pelayanan yang kita berikan. Sehingga pengusaha dituntut untuk bisa menangani keluhan konsumen dengan sebaik-baiknya bahkan diharapkan bisa merubah keluhan itu menjadi kepuasan sehingga menjadikannya sebagai pelanggan setia dan image perusahaanpun dapat diselamatkan bahkan ditingkatkan.

Pelanggan yang mengeluh bukan karena masalah pribadi. Mereka mengeluh kepada Anda, karena Anda adalah bagian dari perusahaan yang mereka anggap tidak memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang mereka bayarkan. Penting untuk Anda mengingat hal ini, untuk menjaga agar Anda tidak terpancing emosi yang membuat suasana menjadi di luar kendali.

Ada banyak ekspresi yang ditampilkan oleh konsumen yang komplin. Konsumen yang berpendidikan tinggi dan sopan biasanya membahasakannya dengan halus dan beretika, sementara konsumen lainnya membahasakannya dengan keras dan bahkan kasar.

Pelanggan yang marah dan kecewa bahkan sampai menyebarluaskan kekecewaannya ke berbagai media massa, menulisnya di berbagai milis internet, dan menyebarkannya dari mulut ke mulut dan merekomendasikan kepada orang lain untuk tidak membeli produk atau menggunakan jasanya, sehingga masalah yang seharusnya bisa ditangani secara efektif dan efisien, malah mendatangkan kerugian yang besar dan tak terduga. Menangani keluhan pelanggan dengan serius dan profesional serta memastikan bahwa segala masalahnya terselesaikan dengan baik sangat diperlukan bagi seorang pengusaha.

Kesiapan mental dan attitude sangat diperlukan bagi seorang pengusaha. Anda harus selalu menempatkan pelanggan atau pembeli itu selalu benar atau membuat para pelanggan sebagai raja. Hal tersebut diharapkan mempengaruhi perilaku kita dalam memberikan respon atau reaksi balik meskipun dari pandangan kita, kita akan dengan mudah menemukan sejumlah pembelaan yang terkadang keluar dalam bentuk serangan balik menyalahkan si pelanggan. Misalnya produk rusak karena pelanggan tidak membaca buku manual, atau kesalahan karena perilaku pelanggan terhadap produk yang telah dibeli, dan lain sebagainya adalah serangan balik atas komplin yang terjadi. Dalam menghadapi kemarahan pelanggan, sikap yang sebenarnya perlu dilakukan adalah diam menyimak

untuk memahami dengan jelas apa yang sebenarnya dikeluhkan oleh pelanggan kita, mengapa pelanggan menjadi marah, lalu tunjukkan simpati pada pelanggan anda, sebelum mulai menangani masalahnya. Karena bagaimanapun juga, pelanggan yang komplin ingin didengar dan dimengerti sebagai penyaluran atas kemarahan dan ketidakpuasannya.

Kesiapan dan keberanian menghadapi pelanggan yang komplin ini adalah hal yang paling mendasar. Pelanggan yang komplin jangan pernah dihindari. Persiapkan mental Anda dengan selalu mengingat bahwa Anda bisa mengontrol situasi dan mengontrol diri Anda sendiri.

Kemampuan berkomunikasi yang baik dimulai dengan kemampuan merumuskan apa sebenarnya yang menjadi pokok masalah yang menimbulkan komplin itu. Reaksi yang tenang, serius menyimak, dan mengkonfirmasikan seolah merupakan pengakuan atas ‘kesalahan-kesalahan serta permohonan maaf’ yang serta merta akan mengurangi kemarahan dari pelanggan kita yang komplin tersebut. Gerak-gerik tubuh kita ini adalah bagian dari skill komunikasi yang baik tersebut. Selain dengan bahasa tubuh, maka pemilihan kata yang tepat, sopan, santun, serta menunjukkan empati menjadi hal penting lainnya.

Dalam menghadapi kemarahan pelanggan, janganlah bersikap kaku atau birokratis. Anda harus menunjukkan bahwa Anda sedang berusaha semaksimal mungkin menangani masalah mereka. Berbicaralah dengan nada bersahabat. Jangan berbicara secara monoton yang menunjukkan bahwa Anda tidak tertarik. Panggillah pelanggan dengan nama, dan perkenalkan diri anda di saat yang tepat. Catat semua keluhan pelanggan dalam buku kecil, untuk menunjukkan bahwa Anda mendengarkan. Jangan menyela ucapan pelanggan sebelum dia selesai.

Bila Anda dapat melakukan hal tersebut, pelanggan akan tetap terjaga kesetiaannya, walau sedang komplin manakala dia merasa terperhatikan dan nyaman. Salah satu elemen yang membuat nyaman adalah saat mereka merasa telah berbicara dengan orang yang dianggap memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai apa yang mereka keluhkan tersebut. Itulah salah satu sebab, kenapa banyak pelanggan yang komplin selalu ingin bicara langsung dengan manajer atau pemilik usaha. Harapannya tentu saja komplin-nya akan terjawab dengan tepat. Di sini pentingnya pengetahuan atau penguasaan materi

masalah. Pengetahuan dasar yang harus dipahami adalah mengenai organisasi serta proses kerjanya.

Yang perlu Anda lakukan selanjutnya adalah memperbaiki pelanggan Anda, lalu perbaiki masalahnya. Prioritas utama adalah mengerti akibat personal dari masalah itu terhadap pelanggan Anda. Mungkin kefrustrasian pelanggan Anda disebabkan oleh karena dia merasa ditipu, atau hal-hal lain yang merupakan efek samping dari masalah utamanya. Dengarkan baik-baik, untuk menentukan bagaimana cara paling tepat memenuhi kebutuhannya.

Setelah Anda mengetahui sumber akar permasalahan dari keluhan pelanggan, Anda dapat melakukan perbaikan-perbaikan agar hal tersebut tidak terulang lagi di kemudian hari. Inilah kesempatan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Anda secara eksponensial! Jika Anda tidak dapat menghilangkan problemnya, setidaknya Anda dapat menggunakan pengalaman Anda untuk menyiapkan solusi yang memadai bagi pelanggan lain yang mempunyai masalah yang sama.

2.3. Perencanaan Bisnis

Perencanaan merupakan hal pokok dan sangat penting untuk melakukan suatu praktek manajemen. Pentingnya perencanaan bukan hanya pada organisasi kecil melainkan juga dalam tingkatan perusahaan besar, perusahaan multi nasional dan bahkan pengelolaan negara sekalipun.

Perencanaan adalah Proses menetapkan sasaran dan menilai cara sasaran-sasaran ini dapat dicapai dengan cara yang paling baik. Jika dilihat dari pengertian atau definisi diatas maka perencanaan mengandung 2 (dua) arti didalamnya, yaitu adanya tujuan (apa yang harus dikerjakan) dan sasaran-sasaran (bagaimana harus dilakukan).

2.3.1. Maksud Perencanaan

Ada 4 alasan para manajer harus melakukan perencanaan:

- 1) Perencanaan memberi arah, artinya rencana memberi arah kepada para manajer juga non manajer.
- 2) Perencanaan mengurangi dampak perubahan dengan mendorong para manajer untuk melihat kedepan, mengantisipasi perubahan, mempertimbangkan dampak perubahan

dan menyusun tanggapan-tanggapan yang tepat. Perencanaan juga memperjelas konsekuensi tindakan-tindakan yang mungkin dilakukan oleh para manajer dalam menanggapi perubahan.

- 3) Perencanaan memperkecil pemborosan dan kelebihan, artinya perencanaan dapat mengurangi kegiatan-kegiatan yang tumpang tindih dan sia-sia
- 4) Perencanaan itu menentukan standar yang digunakan dalam pengendalian, artinya apabila kita tidak pasti mengenai apa yang ingin kita capai, bagaimana mungkin kita menyusun sasara-sasaran itu.

2.3.2. Jenis-jenis Perencanaan

- 1) **Berdasarkan Luasnya**, dibagi menjadi 2 :
 - a. **Rencana Strategis**, yaitu rencana-rencana yang berlaku bagi seluruh organisasi(meliputi masalah-masalah yang luas), menentukan sasaran umum organisasi tersebut dan berusaha menempatkan organisasi tersebut dalam lingkungannya,
 - b. **Rencana Operasional**, yaitu rencana yang menetapkan rincian tentang cara mencapai keseluruhan tujuan organisasi, mengasumsikan bahwa sasaran-sasaran sudah diketahui.
- 2) **Berdasarkan Kerangka Waktu**, dibagi menjadi 2 :
 - a. **Rencana Jangka Panjang**, yaitu rencana dengan batas waktu di atas 3 tahun.
 - b. **Rencana Jangka Pendek**, yaitu rencana yang mencakup 1 tahun atau kurang.
- 3) **Berdasarkan Kekhususan**, dibagi menjadi 2 :
 - a. **Rencana yang Mengarahkan (directional)**, yaitu rencana yang fleksibel yang menetapkan pedoman umum.
 - b. **Rencana Khusus (specific)**, yaitu rencana yang sudah dirumuskan dengan jelas dan tidak menyediakan ruang bagi interpretasi.
- 4) **Berdasarkan Frekuensi Penggunaan**, dibagi menjadi 2 :
 - a. **Rencana Sekali Pakai**, yaitu rencana satu kali saja yang secara khusus di rancang untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan situasi khusus dan diciptakan sebagai tanggapan terhadap keputusan-keputusan tidak terprogram yang diambil oleh para manajer.

- b. Rencana Tetap**, yaitu rencana-rencana yang tetap ada yang memberi bimbingan bagi kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara berulang-ulang di organisasi itu.

2.3.3. Dasar-dasar Perencanaan

Dasar dari sebuah Perencanaan adalah **SASARAN** yaitu adanya Tujuan sebagai hasil yang diinginkan bagi individu, kelompok atau seluruh organisasi. Pada umumnya organisasi atau perusahaan-perusahaan bisnis mempunyai *sasaran tunggal* yaitu memperoleh laba atau bagi perusahaan atau organisasi nirlaba adalah memberikan pelayanan secara efisien. Tetapi apabila dilihat lebih jauh lagi, semua organisasi atau perusahaan mempunyai banyak sasaran atau tujuan (*multiplisitas sasaran*).

Sasaran dibagi menjadi 2 yaitu :

1. **Sasaran yang Ditetapkan** adalah pernyataan-pernyataan resmi mengenai apa yang dikatakan oleh sebuah organisasi dan yang diinginkan oleh organisasi agar dipercaya oleh berbagai publik sebagai sasarnya.
2. **Sasaran Nyata** adalah sasaran-sasaran yang benar-benar dikejar oleh suatu organisasi, seperti yang ditentukan oleh tindakan-tindakan anggotanya. Dalam artian, jika ada ingin mengetahui manakah Sasaran Nyata sebuah organisasi, amatilah dengan seksama apa yang sesungguhnya dilakukan oleh para anggota organisasi tersebut.

Cara Menetapkan Sasaran, ada 2 yaitu :

1. **Penetapan Sasaran secara Tradisional**, adalah sasaran ditetapkan di puncak dan kemudian dipecah-pecah menjadi anak sasaran untuk setiap tingkat organisasi.
2. **Penetapan Sasaran berdasarkan Manajemen by Objectives/MBO (Manajemen berdasarkan Sasaran)**, yaitu suatu sistem dimana sasaran-sasaran kinerja yang terperinci ditentukan bersama-sama oleh anak buah dengan atasan mereka, kemajuan menuju sasaran-sasaran itu secara periodik ditinjau dan imbalan-imbalan diberikan berdasarkan kemajuan ini.

2.4. Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha

Usaha bisnis merupakan usaha yang sangat memerlukan peranan akuntansi dalam mengidentifikasi sifat transaksi, mencatat dan melaporkan pada periode tertentu, sebagai salah satu sumber informasi dalam mengelola keuangan yang dapat digunakan dalam membuat keputusan atau kebijakan di bidang keuangan. Informasi keuangan tersebut juga

penting demi kelangsungan usaha secara berkelanjutan untuk tujuan umum lainnya, seperti perkembangan usaha, sebagai sarana pengajuan pinjaman modal, citra dan sosialisasi jasa atau produk yang kepada pelanggan/ konsumen serta lingkungan usaha lainnya, baik internal maupun lingkungan eksternal.

2.4.1. Faktor Kualitatif.

Pertama : Pisahkan keuangan usaha dengan uang pribadi Anda.

Hal ini yang masih sering dilupakan para pemula, mereka menganggap usahanya masih kecil jadi belum perlu memisahkan uang pribadi mereka dengan uang usaha.

Kedua: Setelah memisahkan uang pribadi dan uang usaha, selanjutnya tentukan besar prosentasi keuangan yang akan digunakan untuk kebutuhan usaha.

Seperti berapa persen uang yang digunakan untuk operasional usaha, berapa persen laba yang Anda tetapkan, berapa persen uang untuk cadangan kas usaha, serta berapa persen uang yang digunakan untuk pengembangan usaha.

Ketiga: Sebisa mungkin kurangi resiko dari hutang usaha.

Mengembangkan usaha dengan cara berhutang, memang diperbolehkan. Namun berhati-hatilah dengan hutang.

Keempat: Selalu kontrol arus kas usaha Anda.

Bila arus kas Anda lancar, maka segala kewajiban yang harus dibayar perusahaan juga bisa terpenuhi. Sebagian besar peluang usaha akan terganggu segala operasionalnya, jika kas usaha yang ada tidak berjalan lancar.

2.4.2. Faktor Kuantitatif

Buatlah pembukuan dengan rapi. Adanya pembukuan bertujuan untuk mengontrol semua transaksi keuangan, baik pemasukan, pengeluaran, serta hutang dan piutang yang dimiliki usaha.

Contoh Membuat Pembukuan Sederhana:

PERSAMAAN AKUNTANSI

2.5. Tips Mengelola Keuangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Pemberdayaan sektor UKM perlu terus ditingkatkan, sehingga diharapkan, di masa depan ribuan UKM yang bergerak diberbagai sektor dapat berkembang dan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar. Seringkali persoalan tentang keuangan menjadi masalah besar para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM). Berbisnis tidak hanya masalah mendapatkan uang saja, tetapi juga cara mengendalikan dan membelanjakannya. Banyak pengusaha yang merasa omset yang mereka raih cukup besar, namun keuntungan tetap saja tidak tersisa dalam kas usaha. Hal ini karena mereka belum bisa mengatur keuangan perusahaan dengan baik.

Mengatur keuangan adalah hal penting yang harus pengusaha kuasai, terlebih lagi jika penghasilan pengusaha cukup besar. Cobalah untuk memulainya secara bertahap, konsisten, dan fokus supaya kondisi keuangan perusahaan mengalami kenaikan.

Berikut beberapa dasar mengelola keuangan UKM.

1. Pisahkan uang pribadi dan usaha.

Kesalahan paling umum yang dilakukan pengusaha UKM dalam mengelola keuangan adalah mencampur uang usaha dengan uang pribadi. Mungkin karena usaha masih kecil tidak masalah jika mencampur uang usaha dengan uang pribadi. Namun yang kebanyakan terjadi, sulit membedakan pengeluaran pribadi dan usaha. akibatnya keperluan pribadi sedikit demi sedikit menggerogoti saldo uang usaha. Pisahkan uang secara fisik. Jika perlu siapkan dua kotak atau amplop atau dompet penyimpanan uang yang berbeda. Lebih baik lagi, jika menggunakan jasa perbankan. Buka rekening yang khusus digunakan untuk bisnis. Dan yang paling penting, bersikaplah disiplin dalam menerapkan pemisahan ini.

2. Rencanakan Penggunaan Uang.

Saat memiliki modal lebih banyak, pengusaha tetap harus merencanakan penggunaan uang sebaik mungkin. Jangan hambur-hamburkan uang meski saldo kas tampaknya berlebihan. Tanpa perencanaan yang matang sulit untuk mengatur keuangan. Sesuaikan rencana pengeluaran dengan target-target penjualan dan penerimaan kas. Urungkan rencana-rencana belanja modal jika tidak memberikan manfaat dalam meningkatkan penjualan atau menurunkan biaya-biaya. Lakukan analisa “cost and benefit” atau

“untung rugi” untuk meyakinkan bahwa penggunaan uang anda tidak bakal sia-sia dan memberikan return yang menguntungkan.

2. Buat Buku Catatan Keuangan

Bisnis tidak cukup dikelola berdasarkan ingatan, melainkan dengan catatan yang lengkap. Minimal wajib memiliki buku kas yang mencatat keluar masuknya uang. Lalu cocokkan setiap hari saldo uang dengan catatan yang telah dibuat. Ini untuk mengontrol lalu lintas uang dan memastikan tidak ada uang yang terselip. Selanjutnya tingkatkan kemampuan administrasi untuk mencatat penjualan dan biaya-biaya. Tidak kalah penting, harus mencatat saldo-saldo hutang piutang, persediaan dan aset-aset tetap yang dimiliki. Jika mampu, gunakan sistem komputer untuk memudahkan proses pencatatan. Alangkah lebih baik lagi jika pengusaha bisa menerapkan sistem akuntansi yang memadai.

4. Hitung Keuntungan dengan Benar.

Tugas seorang pengusaha adalah menghasilkan keuntungan, namun tahukah anda berapa keuntungan yang telah anda dapatkan? Menghitung keuntungan dengan tepat sama pentingnya dengan menghasilkan keuntungan itu sendiri. Bagian yang paling kritis dalam menghitung keuntungan adalah menghitung biaya-biaya. Sebagian besar biaya bisa diketahui karena melibatkan pembayaran uang tunai. Sebagian yang lain tidak berupa uang kas, seperti penyusutan dan amortisasi. Sebagian lagi belum terjadi namun perlu dicadangkan untuk dikeluarkan di masa mendatang, seperti pajak dan bunga pinjaman.

5. Putar Arus Kas Lebih Cepat

Jangan hanya berpusat pada keuntungan. Pengelolaan keuangan meliputi juga bagaimana mengelola hutang, piutang dan persediaan barang dagangan. Banyak usaha mengalami kesulitan kas meski catatan akuntansi mereka menunjukkan angka berwarna biru. Perhatikan bagaimana memutar kas. Putaran kas melambat jika termin penjualan kredit lebih lama ketimbang kulakannya, atau jika harus menyimpan persediaan barang dagangan ,harus mengusahakan termin penjualan kredit sama dengan pembelian kredit. Pengusaha juga harus mampu menekan tingkat persediaan sedemikian rupa agar tetap dapat memenuhi order namun tanpa membebani keuangan.

6. Awasi Harta, Hutang, dan Modal

Secara berkala, perlu memeriksa persediaan di gudang dan memastikan semuanya dalam keadaan lengkap dan baik. Namun sebelum bisa melakukan itu, perlu mempunyai administrasi yang memadai untuk mengontrol semua itu. Hal yang sama perlu dilakukan terhadap piutang-piutang kepada pembeli dan tagihan-tagihan dari suplier. Tidak ada tagihan yang macet atau membayar lebih kepada suplier karena catatan keuangan berantakan. Jika tidak mampu melakukan semua itu sendiri, dapat mempekerjakan bagian keuangan dan menetapkan prosedur keuangan yang cukup untuk memastikan bahwa harta kekayaan usaha selalu terjaga dengan baik.

7. Sisihkan Keuntungan untuk Pengembangan Usaha.

Pengusaha berhak untuk menikmati keuntungan dari bisnis, namun itu bukan berarti boleh menghabiskannya begitu saja. Pengusaha tetap harus menyisihkan sebagian keuntungan untuk pengembangan usaha. Salah satu tugas penting mengelola keuangan adalah menjaga kelangsungan hidup bisnis dengan mendorong dan mengarahkan investasi ke bidang-bidang yang menguntungkan.

Semakin besar dan luas bidang usaha, semakin kompleks pengelolaan keuangan suatu usaha. Ketika usaha melibatkan kreditor dan investor, maka semakin tinggi tuntutan untuk mempunyai sistem pencatatan keuangan yang baik. Keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menjual, melainkan juga mengatur keuangan. Semoga tujuh tips dasar manajemen keuangan sederhana ini bermanfaat dan dapat diterapkan untuk membantu bisnis UKM.

2.6. Pajak Penghasilan (PPh) Final 1% Untuk Usaha Mikro Kecil dan Mengengah

Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang sehingga dapat dipaksakan dengan tiada mendapat balas jasa secara langsung. Pajak dipungut penguasa berdasarkan norma-norma hukum untuk menutup biaya produksi barang-barang dan jasa kolektif untuk mencapai kesejahteraan umum atau pajak merupakan kewajiban kenegaraan dan pengabdian peran aktif warga negara dalam upaya pembiayaan

pembangunan nasional kewajiban perpajakan setiap warga negara diatur dalam undang-undang dan peraturan-peraturan pemerintah.

Direktorat Jendral Pajak (DJP) mengumumkan pengenaan pajak penghasilan sebesar 1 persen bagi Wajib Pajak orang pribadi dan Badan yang menerima penghasilan dari usaha dan atau jasa, dengan peredaran omzet tidak melebihi Rp.4,8 miliar satu Tahun Pajak. Artinya, tidak ada batas bawah omzet yang dikecualikan dari pengenaan PPh Final ini. Ketentuan ini diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) No.46 Tahun 2013 tentang PPh atas Penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu, yang terbit tanggal 12 Juni 2013 dan mulai berlaku sejak 1 Juli 2013.

2.6.1. TEORI PAJAK UMKM

Karakteristik UMKM, utamanya sektor mikro dan kecil, didominasi aktivitas informal yang tidak melakukan pencatatan keuangan secara detail, berbasis kas dan tidak bankable (memiliki agunan). Oleh karena itu, pendekatan perpajakan pada sektor ini akan berorientasi edukasi dan memberikan kemudahan administrasi. Jangan sampai biaya untuk melaksanakan kewajiban perpajakan justru masih tinggi sehingga memicu untuk tidak patuh.

Menurut Bank Indonesia, definisi UMKM didasarkan pada kriteria plafon besarnya kredit, yaitu: (1) usaha mikro dengan plafon kredit maksimal Rp.50 juta, (2) usaha kecil dengan plafon kredit Rp.50 juta sampai dengan Rp.500 juta, dan (3) usaha menengah dengan plafon kredit lebih dari Rp.500 juta.

a. Objek Pajak

Objek pajak UMKM adalah penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp.4,8 miliar dalam 1 Tahun Pajak. Peredaran Bruto merupakan peredaran bruto dari usaha, termasuk dari usaha cabang. Sedangkan yang dimaksud dengan pengertian usaha di sini adalah usaha perdagangan atau jasa, seperti toko/kios/los pakaian, pedagang keliling, bengkel dan sejenisnya.

b. Subjek Pajak

Subjek pajak UMKM adalah Orang Pribadi dan Badan, tidak termasuk BUT (Bentuk Usaha Tetap), yang menerima penghasilan dari usaha dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp.4,8 miliar dalam 1 Tahun Pajak.

Bentuk Usaha Tetap adalah bentuk usaha yang dipergunakan oleh orang pribadi yang berada di Indonesia yang tidak bertempat tinggal di Indonesia, orang pribadi yang berada di Indonesia tidak lebih dari 183 hari dalam jangka waktu 12 bulan dan badan yang tidak didirikan dan tidak bertempat kedudukan di Indonesia untuk menjalankan usaha atau melakukan kegiatan di Indonesia, yang dapat berupa tempat kedudukan manajemen, cabang perusahaan, kantor perwakilan, gedung kantor, pabrik, bengkel, gudang, ruang untuk promosi dan penjualan, pertambangan dan penggalian sumber alam, wilayah kerja pertambangan minyak dan gas bumi, perikanan, peternakan, pertanian, perkebunan, atau kehutanan, proyek konstruksi, instalasi, atau proyek perakitan, pemberian jasa dalam bentuk apa pun oleh pegawai atau orang lain, sepanjang dilakukan lebih dari 60 hari dalam jangka waktu 12 bulan, orang atau badan yang bertindak selaku agen yang kedudukannya tidak bebas, agen atau pegawai dari perusahaan asuransi yang tidak didirikan dan tidak bertempat kedudukan di Indonesia yang menerima premi asuransi atau menanggung risiko di Indonesia, dan komputer, agen elektronik, atau peralatan otomatis yang dimiliki, disewa, atau digunakan oleh penyelenggara transaksi elektronis untuk menjalankan kegiatan usaha melalui internet.

c. Cara Penentuan Peredaran Bruto

Ada beberapa cara dalam menentukan peredaran bruto Wajib Pajak, yaitu:

1. Bagi Wajib Pajak yang sudah terdaftar sebelum Tahun 2013, maka penentuan peredaran bruto berdasarkan peredaran bruto yang dilaporkan dalam SPT Tahunan PPh Tahun 2012. Apabila wajib pajak tidak menyampaikan SPT Tahunan PPh-nya, maka dianggap peredaran bruto tidak melebihi Rp.4,8 miliar.
2. Bagi wajib pajak yang sudah terdaftar pada tahun 2013, tetapi sebelum tanggal 1 Juli 2013, maka penentuan peredaran bruto berdasarkan jumlah peredaran bruto bulanannya yang disetahunkan.

3. Bagi wajib pajak yang baru terdaftar setelah tanggal 1 Juli 2013, maka penentuan peredaran bruto berdasarkan peredaran bruto bulan pertamanya yang disetahunkan.

d. Skema On-Off

Penentu apakah wajib pajak masuk dalam skema Pajak UMKM atau skema umum (menggunakan tarif PPh pasal 17 UU PPh) adalah besaran peredaran bruto setiap tahunnya. Apabila, dalam suatu bagian bulan atau Tahun Pajak omzet wajib pajak sudah melebihi batasan Pajak UMKM, yaitu Rp.4,8 miliar setahun, maka pada Tahun Pajak berikutnya Wajib Pajak akan berubah cara pemenuhan kewajiban perpajakannya menjadi skema umum.

e. Tarif Pajak

Tarif pajak UMKM ini tarif tunggal dengan besar 1%. Tarif ini dikenakan dari peredaran bruto setiap bulannya dan bersifat final. Apabila wajib pajak memiliki cabang usaha, maka perhitungan pajak UMKM ini dilakukan pada setiap masing-masing cabang.

f. Kompensasi Kerugian

Pada prinsipnya, apabila wajib pajak dikenai pajak UMKM maka tidak berhak melakukan kompensasi kerugian atas usahanya. Namun, bagi wajib pajak yang selain memiliki penghasilan dan usaha yang dikenai pajak UMKM juga memiliki penghasilan yang tidak dikenai pajak UMKM (misalnya memiliki pekerjaan bebas seperti dokter, pengacara, akuntan) dan menyelenggarakan pembukuan dapat melakukan kompensasi kerugian dengan penghasilan yang tidak dikenai pajak UMKM tersebut dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Kompensasi kerugian dilakukan mulai tahun pajak berikutnya berturut-turut sampai dengan 5 tahun pajak,
2. Tahun dikenai pajak UMKM tetap menjadi bagian dari periode 5 tahun tersebut,
3. Kerugian pada suatu tahun pajak dikenakannya pajak UMKM tidak dapat dikompensasikan pada Tahun Pajak berikutnya.

2.6.2. PENGHITUNGAN, PELAPORAN, DAN PENYETORAN PPH UMKM

a. Menghitung Pajak UMKM

Sebelum menghitung pajak UMKM, maka yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah membuat pembukuan atau pencatatan.

Bagi WP Badan dan Orang Pribadi yang melakukan usaha atau pekerjaan bebas wajib menyelenggarakan pembukuan, kecuali WP Orang Pribadi dengan omzet tidak melebihi Rp.4,8 milyar. Karena sebagian besar pelaku UMKM adalah Orang Pribadi, maka untuk menghitung Pajak UMKM cukup hanya dengan pencatatan semata. Bagi pelaku UMKM sangat disarankan memahami pencatatan yang benar.

Dalam melakukan pencatatan, beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah: (1) pencatatan harus diselenggarakan dengan ikhtikad baik dan mencerminkan kegiatan usaha yang sebenarnya, dan (2) pencatatan harus diselenggarakan di Indonesia, dengan menggunakan huruf Latin, angka Arab, satuan mata uang Rupiah dan disusun dalam Bahasa Indonesia.

b. Rumus Menghitung Pajak UMKM

Rumus untuk menghitung Pajak UMKM adalah sebagai berikut:

$$\text{Pajak UMKM} = 1\% \times \text{Omzet Setiap Bulan}$$

c. Membayar Pajak UMKM

Setelah menghitung pajak dengan menggunakan formula yang ada, maka langkah selanjutnya adalah membayar pajak. Membayar pajak dilakukan sendiri ke Bank Persepsi (Bank yang Ditunjuk Direktorat Jenderal Pajak sebagai penerima Pembayaran Pajak) atau Kantor Pos paling lambat tanggal 15 bulan berikutnya setelah masa pajak berakhir.

Untuk membayar pajak UMKM di Bank Persepsi atau Kantor Pos, diperlukan formulir Surat Setoran Pajak (SSP). Fungsi SSP adalah sebagai bukti pembayaran pajak apabila telah disahkan oleh pejabat kantor penerima pembayaran yang berwenang atau apabila telah mendapat validasi.

Hal penting yang harus dicek pada saat pembayaran pajak di Bank atau Kantor Pos adalah adanya NTPN (nomor transaksi penerimaan negara). NTPN ini

berisikan 16 digit nomor dan merupakan bukti bahwa transaksi pembayaran pajak telah online ke sistem Modul Penerimaan Negara sehingga dapat diyakini pajak yang dibayarkan telah masuk ke kas negara. Namun, bukan berarti kalau NTPN-nya tidak ada maka pembayaran pajak yang dilakukan tidak benar. Dapat saja ada kendala teknis yang dialami pihak Bank atau Kantor Pos sehingga tidak dapat menerbitkan NTPN pada saat itu. Untuk itu, sebaiknya ditanyakan langsung kepada petugas Bank atau Kantor Pos yang bersangkutan.

d. Melaporkan Pajak UMKM

Tahap terakhir dari rangkaian pelaksanaan kewajiban perpajakan UMKM ini adalah melaporkan pajak terutang dan pembayaran pajaknya dalam formulir yang dinamakan Surat Pemberitahuan (SPT) pajak penghasilan ke Kantor Pelayanan Pajak tempat wajib pajak terdaftar. Secara umum, SPT yang dilaporkan ada dua yaitu: SPT Masa/bulanan Pajak UMKM dengan menggunakan SPT PPh Final pasal 4 ayat (2), dan SPT Tahunan PPh Wajib Pajak Orang Pribadi formulir 1770. Batas waktu pelaporan SPT sebagai berikut: (1) SPT Masa paling lambat tanggal 20 bulan berikutnya setelah masa pajak berakhir, (2) SPT Tahunan paling lambat 3 bulan setelah tahun pajak berakhir untuk Wajib Pajak Orang Pribadi atau 4 bulan setelah tahun pajak berakhir untuk Wajib Pajak Badan. Setoran Bulanan Pajak UMKM merupakan pembayaran PPh Pasal 4 ayat (2), bukan pembayaran PPh pasal 25 (angsuran masa PPh).

e. SPT Tahunan PPh Untuk Wajib Pajak UMKM

Wajib pajak pelaku UMKM diwajibkan melaporkan SPT Tahunan PPh setahun sekali, paling lambat tanggal 31 Maret 2013 untuk pelaku UMKM yang berstatus Orang Pribadi atau paling lambat tanggal 30 April 2013 untuk pelaku UMKM yang berbentuk badan usaha seperti CV, PT, Firma.

Bagi Wajib Pajak Pelaku UMKM, SPT Tahunan PPh berfungsi untuk melaporkan dan mempertanggungjawabkan perhitungan jumlah pajak yang sebenarnya terutang dan untuk melaporkan tentang: (a) pembayaran atau pelunasan pajak UMKM yang telah dilaksanakan sendiri dalam 1 tahun pajak atau bagian tahun

pajak, (b) penghasilan yang merupakan objek pajak dan atau bukan objek pajak, dan (c) harta dan kewajiban.

Formulir SPT Tahunan yang digunakan Wajib Pajak pelaku UMKM adalah formulir 1770 untuk Wajib Pajak Pribadi / perseorangan atau formulir 1771 untuk Wajib Pajak Badan Usaha atau perusahaan. Untuk Wajib Pajak Orang Pribadi, Pelaporan Pajak UMKM ada pada bagian lampiran III yaitu ‘Penghasilan yang Dikenakan Pajak Final atau Bersifat Final’.

Cara Melaporkan SPT Tahunan Pajak UMKM

Ada berbagai cara untuk melaporkan SPT Tahunan Pajak UMKM ke Kantor Pelayanan Pajak. Cara-cara tersebut adalah:

1. Secara langsung: penyampaian SPT Tahunan secara langsung dapat dilakukan dengan cara: melalui Tempat Pelayanan Terpadu KPP, melalui pojok pajak / mobil pajak / dropbox di mana saja.
2. Melalui pos dengan bukti pengiriman surat ke KPP tempat Wajib Pajak terdaftar. Penyampaian SPT Tahunan melalui pos dilakukan dalam amplop tertutup yang telah dilekatinya lembar informasi amplop SPT Tahunan yang berisi data sebagai berikut: nama wajib pajak, NPWP, tahun pajak, status SPT, jenis SPT, perubahan data, nomor telp, pernyataan dan tanda tangan WP.
3. Melalui perusahaan jasa ekspedisi atau kurir dengan bukti pengiriman surat ke KPP tempat terdaftar.

f. Sanksi Pajak UMKM

Apabila Wajib Pajak tidak melaksanakan kewajiban pajak UMKM, maka akan dikenakan sanksi administrasi atau sanksi pidana perpajakan. Sanksi administrasi pajak pajak UMKM meliputi:

1. Pengenaan bunga 2 persen dari pokok pajak sebulan atas kurang atau tidak dibayarnya pajak UMKM. Pengenaan bunga ini dihitung dari lewatnya batas waktu pembayaran masa pajak UMKM sampai dengan pembayaran dilakukan untuk paling lama 24 bulan.
2. Pengenaan denda keterlambatan sebesar Rp.100.000 karena terlambat melapor SPT Masa pajak UMKM. Pengenaan denda keterlambatan ini hanya satu kali saja.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Tempat dan Waktu

Pelaksanaan Penyuluhan Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah dilakukan di lingkungan RT008/01 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan. Waktu pelatihan selama 4 (empat) bulan, yaitu mulai Maret sd Juni 2016, yang meliputi kegiatan mulai dari persiapan, pencarian data, dan informasi peserta, sampai dengan pelaksanaan penyuluhan.

3.2. Metodologi Penyuluhan

Metodologi yang digunakan dalam penyuluhan pengelolaan usaha kecil dan menengah ini adalah sebagai berikut:

1. Inventarisasi Peserta Penyuluhan

Pendekatan inventarisasi pedagang kecil ini dilakukan adalah untuk mengetahui jumlah dan jenis pedagang yang berada di lingkungan RT008/01, Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Jumlah pedagang kecil yang mengikuti penuluhan ini 15 orang yang bergerak di bidang usaha kecil (pedagang kecil).

2. Pemberdayaan Peusaha Kecil dan Menengah

Pendekatan ini dilakukan untuk mengembangkan kemampuan pedagang kecil agar semakin mampu mengelola usahanya sehingga akan dapat melayani dan memenuhi kebutuhan masyarakat setempat dan pada gilirannya dapat meningkatkan penghasilan.

3. Pengusaha Kecil dan Menengah Binaan

Pendekatan ini dilakukan adalah membuat suatu kerjasama yang berkesinabungan antara USNI dengan pengusaha kecil dan menengah, artinya USNI dalam hal ini

Fakultas Ekonomi mengaplikasikan ilmunya untuk membina pengusaha kecil dan menengah agar dapat mengelola usahanya lebih maju.

3.3. Bahan dan Alat Pelatihan

Beberapa bahan dan alat penyuluhan yang dibutuhkan, antara lain persiapan ruangan, spanduk, kuesioner, toa, materi pelatihan (power point), lap top, dan proyektor (infokus).

3.4. Tahapan Pelatihan

a. Tahap Awal

Pada tahap awal ini dibagikan kuesioner kepada peserta untuk diisi, tujuannya adalah untuk mengetahui kemampuan peserta sebelum mengikuti penyuluhan (pre test).

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini merupakan tahap lanjutan dari tahap awal, yaitu melaksanakan penyuluhan tentang pengelolaan UKMK, yang terdiri dari penyuluhan memahami perilaku konsumen, penyuluhan pelayanan kepada pelanggan melalui komunikasi, penyuluhan perencanaan bisnis, penyuluhan prinsip-prinsip akuntansi keuangan usaha, penyuluhan tips mengelola keuangan usaha, dan penyuluhan pejak penghasilan UKM.

c. Tahap Akhir

Pada tahap akhir ini kepada peserta dibagikan kembali kuesioner yang sama pada tahap awal, tujuannya adalah untuk mengatahui kemampuan peserta sesudah mengikuti penyuluhan (pos test).

3.5. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penyuluhan ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari jawaban para peserta penyuluhan, yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi peserta sebelum dan sesudah pelatihan.

3.6. Pengolahan Data

Data yang sudah dikumpulkan melalui kuesioner selanjutnya akan diolah dengan menggunakan matematika dan statistic sederhana, yaitu menjumlahkan, mengurangi, membagi, dan mengalikan data yang sudah dikumpulkan. Dari hasil pengolahan data ini akan dapat dilihat perbandingan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan. Sehingga dapat diketahui peningkatan/penurunan kemampuan peserta atau dihitung tingkat keberhasilan penyuluhan dan kemudian dapat disimpulkan apakah pelatihan tersebut berhasil atau tidak.

3.7. Analisis Data

Data yang sudah dikumpulkan dapat juga dianalisis dengan menggunakan Uji Beda (**T Test**) atau Analisis Perbandingan Dua Rata-rata, yaitu menganalisis perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.

1) Uji Sampel Berpasangan (Paired Samples T Test)

Paired Samples T Test atau Uji t sampel berpasangan digunakan untuk menguji perbandingan rata-rata sampel yang berpasangan. Uji ini biasa dilakukan pada subjek sebelum dan sesudah suatu pelatihan.

Dalam uji sampel berpasangan (*paired samples T Test*) dengan membaca nilai Sig (2-tailed), jika signifikansi kurang dari 0,05, maka kesimpulannya tidak ada perbedaan nilai tes antara sebelum dan sesudah pelatihan.

2) Uji Hipotesis

H_0 : Tidak ada perbedaan nilai tes antara sebelum dan setelah pelatihan.

H_a : Ada perbedaan nilai tes antara sebelum dan setelah pelatihan.

Jika nilai $-t_{hitung} < -t_{tabel}$: maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai t tabel dapat dilihat pada tabel statistik untuk tingkat signifikansi $0,05 : 2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dan dengan derajat kebebasan (df) $n-1$.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Pelaksanaan Penyuluhan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat (P2M) dengan topik "Penyuluhan Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)" bagi pengusaha kecil dan menengah di lingkungan RT008/01 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan berjalan lancar sesuai yang direncanakan. Penyuluhan ini diikuti 15 pedagang kecil yang pada umumnya adalah pedagang tradisional, yaitu warung makan, warung sayur-mayur, kelontong kecil, warung rokok dan minuman, warung kebutuhan sehari-hari, dan sebagainya.

Pelaksanaan Pengabdian pada Masyarakat (P2M) dalam hal ini penyuluhan pengelolaan usaha kecil dan menengah disambut antusias dari masyarakat, pengusaha kecil dan menengah, dan juga pejabat setempat atau Ketua Rukun Tetangga. Mereka merasa bangga mendapat ilmu dan pengetahuan serta pengalaman dari para nara sumber atau Dosen Tetap Fakultas Ekonomi USNI, kelak nanti pengusaha kecil dan menengah akan lebih mampu mengelola usahanya untuk lebih maju di masa yang akan datang, tentunya kesempatan ini sangat mereka manfaatkan semaksimal mungkin, mereka akan konsentrasi mengikuti setiap sesi yang disajikan.

Setiap penyuluhan diawali dengan membagikan kuesioner untuk mengetahui kemampuan peserta sebelum mengikuti penyuluhan ini. Agar hasil kuesioner objektif atau maksimal maka masing-masing nara sumber memberikan penjelasan tentang materi kuesioner yang dibagikan. Sehingga jawaban dari masing –masing peserta objektif.

Selama mengikuti pelatihan mereka sangat senang dan mengikutinya dengan tekun mulai dari awal hingga selesai dari sessi satu ke sesi lainnya dari hari pertama hingga hari terakhir mereka semua berpartisipasi aktif dengan penuh. Di setiap pelatihan diadakan diskusi dan tanya-jawab hampir semua peserta terlibat dan mengajukan berbagai pertanyaan.

Penyuluhan ini dilakukan dengan memberikan beberapa materi yang aplikatif yang dapat meningkatkan kemampuan dan pemahaman pedagang meliputi penyuluhan memahami perilaku konsumen, penyuluhan pelayanan kepada pelanggan melalui komunikasi, penyuluhan perencanaan bisnis, penyuluhan prinsip-prinsip akuntansi keuangan usaha, penyuluhan tips mengelola keuangan usaha, dan penyuluhan pajak UKM.

Sebagai akhir dari penyuluhan kepada peserta diberikan kuesioner yang sama dengan kuesioner yang telah dibagikan pada awal penyuluhan. Tujuannya adalah untuk mengetahui perkembangan kemampuan para peserta tentang pengelolaan usaha kecil dan menengah.

4.2. Profil Peserta Penyuluhan

Gambaran umum mengenai peserta yang menjadi subyek dalam penyuluhan ini ditunjukkan pada tabel di bawah ini adalah para pedagang kecil di lingkungan RT008/01 Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan sebanyak 15 orang. Deskripsi peserta responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan pendidikan.

4.2.1 Karakteristik Peserta Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin secara umum dapat memberikan perbedaan pada perilaku seseorang. Dalam suatu bidang kerja jenis kelamin seringkali dapat menjadi pembeda aktivitas yang dilakukan oleh individu. Secara kebetulan ternyata pedagang kecil di lingkungan RT008/01 Grogol Selatan Kebyoran Lama Jakarta Selatan ini yang mengikuti pelatihan semuanya adalah wanita.

4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia dalam keterkaitannya dengan perilaku individu di lokasi kerja biasanya adalah sebagai gambaran akan pengalaman dan tanggungjawab individu. Data mengenai peserta berdasarkan usia dapat dilihat pada di bawah ini.

Tabel 4.1
Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	20-30 Tahun	2	13,33%
2	31-40 Tahun	6	40,00%
3	> 40 Tahun	7	46,67%
Total		15	100%

Sumber: Data diolah 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa usia responden 20-30 tahun yaitu sebanyak 2 orang atau 13,33%, diikuti dengan usia responden 31-40 tahun sebanyak 6 orang atau 40,00%, dan di atas 40 tahun sebanyak 7 orang atau 46,67%. Artinya jika dilihat dari segi usia bahwa pedagang kecil ini lebih banyak digeluti orang yang lebih tua, karena kemampuan fisik lebih rendah sehingga hanya mampu mengerjakan usaha-usaha yang ringan dan dekat dengan tempat tinggal.

4.2.3. Karakteristik Peserta Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan seringkali dipandang sebagai satu kondisi yang mencerminkan kemampuan seseorang. Penyajian data peserta berdasarkan pendidikan adalah sebagaimana terlihat pada tabel di bawah berikut ini:

Tabel 4.2
Status Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD	1	6,67%
SMP	2	13,33%
SMA	11	73,33%
S1	1	6,67%
Total	15	100%

Sumber: Data Diolah 2016

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan data bahwa jumlah peserta untuk pendidikan SD atau setingkat adalah sebanyak 1 orang atau 6,67%, untuk pendidikan SMP atau setingkat sebanyak 2 orang atau 13,33%, dari kelompok peserta yang berpendidikan S1 yaitu hanya 1 orang atau 6,67%. Data pendidikan ini menunjukkan bahwa pedagang kecil pada umumnya berpendidikan menengah atau SMA sampai 73,33%, artinya peserta penyuluhan ini sudah memiliki standar pengetahuan untuk memahami pengelolaan usaha kecil dan menengah.

4.2. Penyuluhan Memahami Perilaku Konsumen

Penyuluhan memahami perilaku konsumen ini merupakan materi pertama yang diberikan kepada peserta. Pelaksanaan penyuluhan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan pedagang kecil untuk mengenal dan memahami perilaku konsumen, dan kemudian diberikan pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dimaksud sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

a. Kemampuan Awal tentang Memahami Perilaku Konsumen

Adapun kemampuan pedagang kecil tentang pemahaman terhadap perilaku konsumen sebelum mengikuti penyuluhan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 4.3:
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SEBELUM PENYULUHAN MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan perilaku konsumen	4	0	4	6	1
2.	Apakah Anda memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	2	1	3	8	1
3.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen.	3	3	4	5	0
4.	Apakah Anda memamahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.	2	4	4	4	1
5.	Apakah Anda memhami bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen.	1	2	5	7	0
	JUMLAH	12	10	20	30	3

Sumber: Data diolah 2016

TABEL 4.4:
PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SEBELUM PENYULUHAN MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan perilaku konsumen	26,67%	0%	26,67%	40%	6,67%
2.	Apakah Anda memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	13,3%	6,67%	20%	53,3%	6,67%
3.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen.	20%	20%	26,67%	33,3%	0%
4.	Apakah Anda memamahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.	13,3%	26,67%	26,67%	26,67%	6,67%
5.	Apakah Anda memhami bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen.	6,67%	13,3%	33,3%	46,67%	0%
	JUMLAH	16%	13,3%	26,67%	40%	4%

Sumber: Data diolah 2016

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa peserta sebelum mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang perilaku konsumen, yaitu pada tingkat kurang memahami sebanyak 40%, diikuti dengan cukup memahami 26,67%, sangat memahami 16%, kemudian pada tingkat memahami hanya 13,3%, dan masih ada yang sangat kurang memahami 4%.

b. Kemampuan Akhir tentang Pemahaman terhadap Perilaku Konsumen

Adapun kemampuan pedagang kecil tentang pemahaman terhadap perilaku konsumen sesudah mengikuti penyuluhan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 4.5:
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH
PENYULUHAN MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan perilaku konsumen	6	9	0	0	0
2.	Apakah Anda memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	3	12	0	0	0
3.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen.	5	9	1	0	0
4.	Apakah Anda memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.	2	13	0	0	0
5.	Apakah Anda memahami bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen.	2	12	1	0	0
	JUMLAH	18	55	2	0	0

Sumber: Data diolah 2016

TABEL 4.6:
PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SESUDAH PENYULUHAN MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan perilaku konsumen	40%	60%	0%	0%	0%
2.	Apakah Anda memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	20%	80%	0%	0%	0%
3.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen	33,3%	60%	6,67%	0%	0%
4.	Apakah Anda memamahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen	13,3%	86,67%	0%	0%	0%
5.	Apakah Anda memhammi bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen	13,3%	80%	6,67%	0%	0%
	JUMLAH	24%	73,3%	2,67%	0%	0%

Sumber: Data diolah2016

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa peserta sesudah mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman terhadap perilaku konsumen, yaitu pada tingkat memahami sebanyak 73,3%, diikuti dengan sangat memahami 24% dan sisanya cukup memahami 2,67%. Dengan demikian tidak ada lagi peserta yang kurang memahami dan yang sangat kurang memahami perilaku konsumen.

c. Keberhasilan Penyuluhan Memahami Perilaku Konsumen

Keberhasilan penyuluhan memahami perilaku konsumen ini dapat diukur dengan membandingkan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan. Adapun hasil perbandingan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 4.7:
KEBERHASILAN PENYULUHAN
PELATIHAN MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN

No	Kemampuan	Sebelum Penyuluhan	Sesudah Penyuluhan	Perubahan
1.	A = Sangat Memahami	16%	24%	+8%
2.	B = Memahami	13,3%	73,3%	+60%
3.	C = Cukup Memahami	26,67%	2,67%	-24%
4.	D = Kurang Memahami	40%	0%	-40%
5.	E = Sangat Kurang Memahami	4%	0%	-4%

Sumber: Data Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT008/01 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan sesudah mengikuti penyuluhan memahami perilaku konsumen meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahami (A) naik sebesar +8%, memahami (B) naik sebesar +60%, sedangkan cukup memahami (C) turun sebesar -24%, dan yang kurang memahami (D) turun sebesar -40%, dan sangat kurang memahami turun -4%. Artinya setelah mengikuti penyuluhan pedagang kecil tidak ada lagi yang kurang memahami dan sangat kurang memahami perilaku konsumen.

Peningkatan kemampuan pedagang kecil memahami perilaku konsumen terutama dalam hal pemahaman tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, artinya pedagang kecil sudah memahami apa saja yang harus dilakukan agar para konsumen semakin puas dari waktu ke waktu. Hal yang sama juga pedagang kecil sudah semakin memahami bagaimana mempengaruhi perilaku konsumen, atau dengan kata lain apa saja yang harus dilakukan para pedagang kecil agar mereka menjadi pelanggan yang setia.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan penyuluhan Memahami Perilaku Konsumen adalah **BERHASIL**.

4.3. Penyuluhan Pelayanan Kepada Pelanggan Melalui Komunikasi

Penyuluhan pelayanan kepada pelanggan melalui komunikasi ini merupakan materi kedua yang diberikan kepada peserta. Pelaksanaan penyuluhan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan pedagang kecil untuk memahami pelayanan kepada pelanggan melalui komunikasi, dan kemudian mampu berkomunikasi dengan pelanggan dengan baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

a. Kemampuan Awal tentang Pelayanan Kepada Pelanggan Melalui Komunikasi

Adapun kemampuan pedagang kecil tentang pelayanan kepada pelanggan melalui komunikasi sebelum mengikuti penyuluhan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 4.8:
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA

SEBELUM PENYULUHAN PELAYANAN KEPADA PELANGGAN MELALUI KOMUNIKASI

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan Pelayanan kepada Pelanggan	1	2	2	10	0
2.	Apakah Anda mengerti apa yang diamksud dengan komunikasi.	0	4	2	7	2
3.	Apakah Anda memahami bagaimana melayani pelanggan melalui komunikasi.	0	2	1	10	2
4.	Apakah Anda memahami bagaimana menangani keluhan pelanggan.	0	1	4	9	1
5.	Apakah Anda memahami bagaimana meningkatkan loyalitas/kesetiaan pelanggan.	1	0	2	8	4
	JUMLAH	2	9	11	44	9

TEBEL 4.9:
PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SEBELUM PENYULUHAN PELAYANAN KEPADA PELANGGAN MELALUI KOMUNIKASI

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan Pelayanan kepada Pelanggan	6,67%	13,3%	13,3%	66,67%	0%
2.	Apakah Anda mengerti apa yang diamaksud dengan komunikasi.	0%	26,67%	13,3%	46,67%	13,3%
3.	Apakah Anda memahami bagaimana melayani pelanggan melalui komunikasi.	0%	13,3%	6,67%	66,67%	13,3%
4.	Apakah Anda memahami bagaimana menangani keluhan pelanggan.	0%	6,67%	26,67%	60%	6,67%
5.	Apakah Anda memahami bagaimana meningkatkan loyalitas/kesetiaan pelanggan.	6,67%	0%	13,3%	53,3%	26,67 %
	JUMLAH	2,67%	12%	14,67%	58,67%	12%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa peserta sebelum mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman pelayan kepada pelanggan melalui komunikasi, yaitu pada tingkat kurang memahami sebanyak 58,67%, diikuti dengan cukup memahami 14,67%, tingkat memahami 12% sama dengan sangat kurang memahami juga 12%, sedangkan pada tingkat sangat memahami hanya 2,67%.

b. Kemampuan Akhir tentang Pelayanan Kepada Pelanggan Melalui Komunikasi

Adapun kemampuan pedagang kecil tentang pelayanan kepada pelanggan melalui komunikasi sesudah mengikuti penyuluhan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 4.10:
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SESUDAH PENYULUHAN PELAYANAN KEPADA PELANGGAN MELALUI KOMUNIKASI

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan Pelayanan kepada Pelanggan	7	8	0	0	0
2.	Apakah Anda mengerti apa yang diamksud dengan komunikasi.	6	8	1	0	0
3.	Apakah Anda memahami bagaimana melayani pelanggan melalui komunikasi.	4	8	2	1	0
4.	Apakah Anda memahami bagaimana menangani keluhan pelanggan.	5	6	4	0	0
5.	Apakah Anda memahami bagaimana meningkatkan loyalitas/kesetiaan pelanggan.	4	8	3	0	0
	JUMLAH	26	38	10	1	0

Sumber: Data diolah 2016

TEBEL 4.11:
PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SESUDAH PENYULUHAN PELAYANAN KEPADA PELANGGAN MELALUI KOMUNIKASI

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan Pelayanan kepada Pelanggan	46,67%	53,3%	0%	0%	0%
2.	Apakah Anda mengerti apa yang diamksud dengan komunikasi.	40%	53,3%	6,67%	0%	0%
3.	Apakah Anda memahami bagaimana melayani pelanggan melalui komunikasi.	26,67%	53,3%	13,3%	6,67%	0%
4.	Apakah Anda memahami bagaimana menangani keluhan pelanggan.	33,3%	40%	26,67%	0%	0%
5.	Apakah Anda memahami bagaimana meningkatkan loyalitas/kesetiaan pelanggan.	26,67%	53,3%	20%	%	%
	JUMLAH	34,67%	50,67%	13,3%	1,3%	0%

Sumber: Data diolah 2016

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa peserta sesudah mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman terhadap pelayanan kepada pelanggan melalui komunikasi, yaitu pada tingkat memahami sebanyak 50,67%, diikuti dengan sangat memahami 34,67%, kemudian cukup memahami 13,3%, dan sisanya kurang memahami 1,3%. Dengan demikian tidak ada lagi peserta yang sangat kurang memahami perilaku konsumen (0%).

d. Keberhasilan Penyuluhan Pelayanan kepada Pelanggan Melalui Komunikasi

Keberhasilan penyuluhan pelayanan kepada pelanggan melalui komunikasi ini dapat diukur dengan membandingkan kemampuan peserta pelatihan sebelum dan sesudah latihan. Adapun hasil perbandingan kemampuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 4.12:
KEBERHASILAN PENYULUHAN
PELAYANAN KEPADA PELANGGAN MELALUI KOMUNIKASI

No	Kemampuan	Sebelum Penyuluhan	Sesudah Penyuluhan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	2,67%	34,67%	+32%
2.	B=Memahami	12%	50,67%	+38,67%
3.	C=Cukup Memahami	14,67%	13,33%	-1,34%
4.	D=Kurang Memahami	58,67%	1,3%	-57,37%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	12%	0%	-12%

Sumber: Data Diolah 2016

Dari tabel atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT008/01 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan sesudah mengikuti penyuluhan pelayanan kepada pelanggan melalui komunikasi meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan

sangat memahami (A) naik sebesar +32%, memahami (B) naik sebesar +38,67%, sedangkan cukup memahami (C) turun sebesar -1,34%, dan yang kurang memahami (D) turun sebesar -57,37%, dan sangat kurang memahami (E) turun -12%. Artinya setelah mengikuti penyuluhan pedagang kecil tidak ada lagi yang sangat kurang memahami pelayan kepada pelanggan melalui komunikasi.

Peningkatan kemampuan pedagang kecil pelayanan kepada pelanggan melalui komunikasi terutama dalam hal pemahaman tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, artinya pedagang kecil sudah memahami apa saja yang harus dilakukan agar para konsumen semakin puas dari waktu ke waktu. Hal yang sama juga pedagang kecil sudah semakin memahami bagaimana mempengaruhi pelanggan, atau dengan kata lain apa saja yang harus dilakukan para pedagang kecil agar bisa mendapatkan pelanggan yang setia.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan penyuluhan pelayanan kepada pelanggan melalui komunikasi adalah **BERHASIL**.

4.4. Penyuluhan Perencanaan Bisnis

a. Kemampuan Awal tentang Perencanaan Bisnis

Adapun kemampuan pedagang kecil tentang perencanaan bisnis sebelum mengikuti penyuluhan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 4.13:
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SEBELUM PENYULUHAN PERENCANAAN BISNIS

No	Pernyataan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan Perencanaan Bisnis	1	1	5	8	0
2.	Apakah Anda memahami bahwa perencanaan itu sangat penting dalam usaha Anda.	1	3	5	5	1
3.	Apakah Anda memahami bahwa perencanaan sangat mempengaruhi keberhasilan usaha Anda.	1	3	4	6	1
4.	Apakah Anda memahami bahwa pelaksanaan perencanaan harus konsisten.	1	4	2	6	2
5.	Apakah Anda memahami perlunya melakukan evaluasi terhadap perencanaan.	1	2	3	6	3
	JUMLAH	5	13	19	31	7

TABEL 4.14:
PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SEBELUM PENYULUHAN PERENCANAAN BISNIS

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan Perencanaan Bisnis	6,67%	6,67%	33,3%	53,3%	0%
2.	Apakah Anda memahami bahwa perencanaan itu penting dalam usaha Anda.	6,67%	20%	33,33%	33,33%	6,67%
3.	Apakah Anda memahami bahwa perencanaan sangat mempengaruhi keberhasilan usaha Anda.	6,67%	20%	26,67%	40%	6,67%
4.	Apakah Anda memahami bahwa pelaksanaan perencanaan harus konsisten.	6,67%	26,67%	13,33%	40%	13,33%
5.	Apakah Anda memahami perlunya melakukan evaluasi terhadap perencanaan.	6,67%	13,33	20%	40%	20%
	JUMLAH	6,67%	17,3%	25,3%	41,3%	9,3%

Sumber: Data diolah 2015

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa peserta sebelum mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang perencanaan bisnis, yaitu pada tingkat kurang memahami sebanyak 41,3%, diikuti dengan cukup memahami 25,3%, kemudian tingkat memahami 17,3%, sangat kurang memahami sebesar 9,3%, dan peserta yang paling sedikit berada pada tingkat sangat memahami (6,67%).

b. Kemampuan Akhir tentang Perencanaan Bisnis

Adapun kemampuan pedagang kecil tentang perencanaan bisnis sesudah mengikuti penyuluhan dapat dilihat pada table di bawah ini.

TABEL 4.15:
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SESUDAH PENYULUHAN PERENCANAAN BISNIS

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan Perencanaan Bisnis	3	6	5	1	0
2.	Apakah Anda memahami bahwa perencanaan itu sangat penting dalam usaha Anda.	3	7	3	1	1
3.	Apakah Anda memahami bahwa perencanaan sangat mempengaruhi keberhasilan usaha Anda.	3	6	5	1	0
4.	Apakah Anda memahami bahwa pelaksanaan perencanaan harus konsisten.	3	7	4	1	0
5.	Apakah Anda memahami perlunya melakukan evaluasi terhadap perencanaan.	3	6	4	1	1
	JUMLAH	15	32	21	5	2

Sumber: Data diolah 2016

TABEL 4.16:
PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SESUDAH PENYULUHAN PERENCANAAN BISNIS

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan Perencanaan Bisnis	20%	60%	33,3%	6,67%	0%
2.	Apakah Anda memahami bahwa perencanaan itu penting dalam usaha Anda.	20%	46,67%	20%	6,67%	6,67%
3.	Apakah Anda memahami bahwa perencanaan sangat mempengaruhi keberhasilan usaha Anda.	20%	60%	33,3%	6,67%	0%
4.	Apakah Anda memahami bahwa pelaksanaan perencanaan harus konsisten.	20%	46,67%	26,67%	6,67%	0%
5.	Apakah Anda memahami perlunya melakukan evaluasi terhadap perencanaan.	20%	60%	26,67%	6,67%	6,67%
	JUMLAH	20%	42,67%	28%	6,67%	2,67%

Sumber: Data diolah 2016

Dari tabel di atas dapat kita dilihat bahwa peserta sesudah mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang perencanaan bisnis, yaitu pada tingkat memahami sebanyak 42,67%, dikuti dengan tingkat cukup memahami 28%, tingkat sangat memahami 20%, tingkat kurang memahami 6,67%, dan pada tingkat sangat kurang memahami hanya 2,67%.

c. Keberhasilan Penyuluhan Perencanaan Bisnis

Keberhasilan penyuluhan perencanaan bisnis ini dapat diukur dengan membandingkan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan. Adapun hasil perbandingan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.17:
KEBERHASILAN PENYULUHAN
PERENCANAAN BISNIS**

No	Kemampuan	Sebelum Penyuluhan	Sesudah Penyuluhan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	6,67%	20%	+13,33%
2.	B=Memahami	17,3%	42,67%	+25,34%
3.	C=Cukup Memahami	25,3%	28%	+2,7%
4.	D=Kurang Memahami	41,3%	6,67%	-34,63%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	39,3%	2,67%	-36,63%

Sumber: Data Diolah 2016

Dari table di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT008/01 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan sesudah mengikuti penyuluhan Perencanaan Bisnis meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahami (A) naik sebesar +13,33%, memahami (B) naik sebesar +25,34%, sedangkan cukup

memahami (C) naik sebesar +2,7%, kurang memahami (D) turun sebesar -34,63%, dan sangat kurang memahami (E) turun -36,63%.

Peningkatan kemampuan pedagang kecil tentang perencanaan bisnis dapat dilihat terutama dalam pemahaman tentang bahwa perencanaan sangat mempengaruhi keberhasilan usaha, kemudian pemahaman bahwa perencanaan harus konsisten. Jadi dapat disimpulkan bahwa penyuluhan Perencanaan Bisnis **BERHASIL**.

4.5. Penyuluhan Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha

b. Kemampuan Awal tentang Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha

Adapun kemampuan pedagang kecil tentang prinsip-prinsip akuntansi keuangan usaha sebelum mengikuti pelatihan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 4.18:
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN
PRINSI-PRINSIP AKUNTANSI KEUANGAN USAHA

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah anda mengerti apa yang dimaksud dengan pengelolaan keuangan	1	1	1	7	5
2.	Apakah anda mengerti tujuan utama diadakannya pengelolaan keuangan	1	0	4	8	2
3.	Apakah anda mengerti manfaat diadakannya pengelolaan keuangan	0	2	3	8	2
4.	Apakah anda mengerti bahwa kegiatan pengelolaan keuangan usaha dapat digunakan untuk mengetahui pencapaian keuntungan	1	0	2	7	5
5.	Apakah Anda memhami bagaimana cara mengelola keuangan yang baik	0	0	2	7	6
	JUMLAH	3	3	12	37	20

Sumber: Data diolah 2016

TABEL 4.19:
PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SEBELUM PENYULUHAN PRINSI-PRINSIP AKUNTANSI KEUANGAN USAHA

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah anda mengerti apa yang dimaksud dengan pengelolaan keuangan	6,67%	6,67%	6,67%	46,67%	33,3%
2.	Apakah anda mengerti tujuan utama diadakannya pengelolaan keuangan	6,67%	0%	26,67%	53,3%	13,3%
3.	Apakah anda mengerti manfaat diadakannya pengelolaan keuangan	0%	13,3%	20%	53,3%	13,3%
4.	Apakah anda mengerti bahwa kegiatan pengelolaan keuangan usaha dapat digunakan untuk mengetahui pencapaian keuntungan	6,67%	0%	13,3%	46,67%	33,3%
5.	Apakah Anda memahami bagaimana cara mengelola keuangan yang baik	0%	0%	13,3%	46,67%	40%
	JUMLAH	4%	4%	16%	49,3%	26,67%

Sumber: Data diolah 2016

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa peserta sebelum mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang prinsip-prinsip akuntansi keuangan usaha, yaitu pada tingkat kurang memahami sebanyak 49,3%, diikuti dengan sangat kurang memahami 26,67%, cukup memahami 16%, sedangkan tingkat memahami dan sangat memahami sama yaitu 4%.

b. Kemampuan Akhir tentang Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha

Adapun kemampuan pedagang kecil tentang Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha sesudah mengikuti penyuluhan dapat dilihat pada table di bawah ini.

TABEL 4.20:
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH
PENYULUHAN PRINSI-PRINSIP AKUNTANSI KEUANGAN USAHA

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah anda mengerti apa yang dimaksud dengan pengelolaan keuangan	0	6	6	2	2
2.	Apakah anda mengerti tujuan utama diadakannya pengelolaan keuangan	2	8	4	1	0
3.	Apakah anda mengerti manfaat diadakannya pengelolaan keuangan	3	9	1	2	0
4.	Apakah anda mengerti bahwa kegiatan pengelolaan keuangan usaha dapat digunakan untuk mengetahui pencapaian keuntungan	2	8	2	2	1
5.	Apakah Anda memhami bagaimana cara mengelola keuangan yang baik	1	8	2	2	2
	JUMLAH	8	39	14	9	5

Sumber: Data Diolah 2016

TABEL 4.21:
PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH
PENYULUHAN PRINSI-PRINSIP AKUNTANSI KEUANGAN USAHA

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah anda mengerti apa yang dimaksud dgn pengelolaan keuangan	0%	40%	33,3%	13,3%	13,3%
2.	Apakah anda mengerti tujuan utama diadakannya pengelolaan keuangan	13,3%	53,3%	26,67%	6,67%	0%
3.	Apakah anda mengerti manfaat diadakannya pengelolaan keuangan	20%	60%	6,67%	13,3%	0%
4.	Apakah anda mengerti bahwa pengelolaan keuangan usaha dapat digunakan mengetahui pencapaian keuntungan	13,3%	53,3%	13,3%	13,3%	6,67%
5.	Apakah Anda memhami bagaimana cara mengelola keuangan yang baik	6,67%	53,3%	13,3%	13,3%	13,3%
	JUMLAH	10,67%	52%	18,67%	12%	6,67%

Sumber: Data diolah 2016

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa peserta sesudah mengikuti pelatihan pada umumnya memiliki pemahaman tentang Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha, yaitu pada tingkat memahami sebanyak 52% dikuti dengan tingkat cukup memahami 18,67%, tingkat kurang memahami 12%, dan tingkat sangat memahami 10,67%, dan masih ada peserta yang berada pada tingkat sangat kurang memahami (6,67%).

c. Keberhasilan Penyuluhan Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha

Keberhasilan penyuluhan prinsip akuntansi keuangan usaha ini dapat diukur dengan membandingkan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan. Adapun hasil perbandingan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 4.22:
KEBERHASILAN PENYULUHAN
PRINSI-PRINSIP AKUNTANSI KEUANGAN USAHA

No	Kemampuan	Sebelum Penyuluhan	Sesudah Penyuluhan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	4%	10,67%	+6,67%
2.	B=Memahami	4%	52%	+48%
3.	C=Cukup Memahami	16%	18,67%	+2,67%
4.	D=Kurang Memahami	49,3%	12%	-37,3%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	26,67%	6,67%	-20%

Sumber: Data diolah 2016

Dari table di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT004/01 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan sesudah mengikuti penyuluhan Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahami (A) naik sebesar +6,67%, memahami (B) naik sebesar +48%, sedangkan cukup memahami (C) turun sebesar +2,67%, kurang memahami (D) turun sebesar -37,3%, dan sangat kurang memahami (E) turun -20%.

Peningkatan kemampuan pemahaman prinsip-prinsip akuntansi keuangan usaha dapat dilihat pada peningkatan kemampuan pedagang kecil memahami maksud dan tujuan serta manfaat dari prinsip-prinsip akuntansi keuangan usaha. Jadi dapat disimpulkan bahwa penyuluhan Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha ini **BERHASIL**.

4.6. Pelatihan Tips Mengelola Keuangan Usaha Kecil dan Menengah

a. Kemampuan Awal Tips Mengelola Keuangan Usaha Kecil dan Menengah

Adapun kemampuan pedagang kecil tentang tips mengelola keuangan UKM sebelum mengikuti penyuluhan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 4.23:
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SEBELUM PENYULUHAN TIPS MENGELOLA
KEUANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti pentingnya mengelola keuangan dengan benar?	1	1	4	9	0
2.	Apakah Anda mengerti mengenai pemisahan uang pribadi dan usaha?	0	2	10	3	0
3.	Apakah Anda mengerti pentingnya perencanaan penggunaan uang anda?	0	0	6	7	2
4.	Apakah Anda mengerti pentingnya membuat catatan keuangan	0	2	6	6	1
5.	Apakah Anda mengerti pentingnya memutar arus kas lebih cepat	0	0	3	10	2
6	Apakah Anda mengerti pentingnya mengawasi harta, hutang, dan modal?	0	0	2	11	2
7	Apakah Anda mengerti pentingnya penyisihan keuangan untuk pengembangan usaha?	0	1	3	10	1
	JUMLAH	1	6	34	56	8

Sumber: Data diolah 2016

TABEL 4.24:
PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SEBELUM PENYULUHAN TIPS MENGELOLA
KEUANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti pentingnya mengelola keuangan dengan benar?	6,67%	6,67%	26,67%	60%	0%
2.	Apakah Anda mengerti mengenai pemisahan uang pribadi dan usaha?	0%	13,3%	66,67%	20%	0%
3.	Apakah Anda mengerti pentingnya perencanaan penggunaan uang anda?	0%	0%	40%	46,67%	13,3%
4.	Apakah Anda mengerti pentingnya membuat catatan keuangan	0%	13,3%	40%	40%	6,67%
5.	Apakah Anda mengerti pentingnya memutar arus kas lebih cepat	0%	0%	20%	66,67%	13,3%
6.	Apakah Anda mengerti pentingnya mengawasi harta, hutang, dan modal?	0%	0%	13,3%	73,3%	13,3%
7.	Apakah Anda mengerti pentingnya penyisihan keuangan untuk pengembangan usaha?	0%	6,67%	20%	66,67%	6,67%
	JUMLAH	0,95%	5,7%	32,38%	53,3%	7,62%

Sumber: Data diolah 2016

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa peserta sebelum mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang tips mengelola keuangan UKM, yaitu pada tingkat kurang memahami sebanyak 53,33%, diikuti dengan cukup memahami 32,38%, sangat kurang memahami sebesar 7,62%, memahami 5,7%, dan pada tingkat sangat memahami hanya 0,95%.

b. Kemampuan Akhir Tips Mengelola Keuangan Usaha Kecil dan Menengah

Adapun kemampuan pedagang kecil tentang tips mengelola keuangan UKM sesudah mengikuti pelatihan dapat dilihat pada table di bawah ini.

TABEL 4.25:
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SESUDAH PENYULUHAN TIPS MENGELOLA
KEUANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti pentingnya mengelola keuangan dengan benar?	1	9	5	0	0
2.	Apakah Anda mengerti mengenai pemisahan uang pribadi dan usaha?	3	9	3	0	0
3.	Apakah Anda mengerti pentingnya perencanaan penggunaan uang anda?	2	7	6	0	0
4.	Apakah Anda mengerti pentingnya membuat catatan keuangan	2	8	5	0	0
5.	Apakah Anda mengerti pentingnya memutar arus kas lebih cepat	1	5	9	0	0
6.	Apakah Anda mengerti pentingnya mengawasi harta, hutang, dan modal?	0	7	8	0	0
.7.	Apakah Anda mengerti pentingnya penyisihan keuangan untuk pengembangan usaha?	3	4	8	0	0
	JUMLAH	12	49	44	0	0

Sumber: Data diolah 2016

TABEL 4.26:
PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SESUDAH PENYULUHAN TIPS MENGELOLA
KEUANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah Anda mengerti pentingnya mengelola keuangan dengan benar?	6,67%	60%	33,33%	0%	0%
2.	Apakah Anda mengerti mengenai pemisahan uang pribadi dan usaha?	20%	60%	20%	0%	0%
3.	Apakah Anda mengerti pentingnya perencanaan penggunaan uang anda?	13,33%	46,67%	40%	0%	0%
4.	Apakah Anda mengerti pentingnya membuat catatan keuangan	13,33%	53,33%	33,3%	0%	0%
5.	Apakah Anda mengerti pentingnya memutar arus kas lebih cepat	6,67%	33,33%	60%	0%	0%
6.	Apakah Anda mengerti pentingnya mengawasi harta, hutang, dan modal?	0%	46,67%	53,33%	0%	0%
7.	Apakah Anda mengerti pentingnya penyisihan keuangan untuk pengembangan usaha?	20%	26,67%	53,33%	0%	0%
	JUMLAH	11,43%	46,67%	41,90	0%	0%

Sumber: Data diolah 2015

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa peserta sesudah mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang tips mengelola keuangan UKM, yaitu pada tingkat memahami sebanyak 46,67%, dikuti dengan tingkat cukup memahami 41,90%, dan tingkat sangat memahami 11,43%, dan tidak ada lagi peserta berada pada tingkat kurang memahami (0%), dan sangat kurang memahami (0%).

c. Keberhasilan Pelatihan Tips Mengelola Keuangan Usaha Kecil dan Menengah

Keberhasilan penyuluhan kiat-kiat mengelola keuangan usaha ini dapat diukur dengan membandingkan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan. Adapun hasil perbandingan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 4.27:
KEBERHASILAN PENYULUHAN TIPS
MENGELOLA KEUANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

No	Kemampuan	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	0,95%	11,43%	+10,48%
2.	B=Memahami	5,7%	46,67%	+40,97%
3.	C=Cukup Memahami	32,38%	41,90%	+9,52%
4.	D=Kurang Memahami	53,33%	0%	-53,33%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	7,62%	0%	-7,62%

Sumber: Data Diolah 2016

Dari table di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT008/01 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan sesudah mengikuti penyuluhan Tips Mengelola Keuangan UKM meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahami (A) naik sebesar +10,48%, memahami (B) naik sebesar +40,97%, sedangkan cukup memahami (C) turun sebesar +9,57%, kurang memahami (D) turun sebesar -53,33%, dan sangat kurang memahami (E) turun sebesar -7,62%.

Peningkatan kemampuan pedagang kecil tentang pemahaman tips mengelola keuangan usaha kecil dan menengah dapat dilihat pada peningkatan kemampuan pedagang kecil memahami pentingnya pengelolaan keuangan usaha, pentingnya membuat catatan keuangan usaha, dan pentingnya penyisihan keuangan untuk pengembangan usaha. Jadi dapat disimpulkan bahwa penyuluhan Tips Mengelola Keuangan UKM adalah **BERHASIL**.

4.7. Penyuluhan Pajak Penghasilan UKM

a. Kemampuan Awal tentang Pajak Penghasilan UKM

Adapun kemampuan pedagang kecil tentang pajak UKM sebelum mengikuti penyuluhan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 4.28:
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SEBELUM PENYULUHAN PAJAK UKM

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Saya mengerti perbedaan pajak dengan retribusi	0	0	1	11	3
2.	Saya mengerti apa itu NPWP dan fungsi NPWP	0	0	0	14	1
3.	Saya mengerti cara penentuan peredaran bruto	0	0	0	11	4
4.	Saya mengerti subjek dan objek penghasilan UMKM	0	0	1	9	5
5.	Saya mengerti cara menghitung pajak penghasilan UMKM	0	0	1	9	5
6.	Saya mengerti bagaimana dan kapan membayar pajak UMKM	0	0	1	8	6
7.	Saya mengerti cara melaporkan pajak UMKM	0	0	0	11	4
8.	Saya mengerti sanksi yang dikenakan dalam pajak UMKM	1	0	0	8	6
	JUMLAH	1	0	4	81	34

Sumber: Data diolah 2015

TABEL 4.29:
PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SEBELUM PENYULUHAN PAJAK PENGHASILAN UKM

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Saya mengerti perbedaan pajak dengan retribusi	0%	0%	6,67%	73,3%	20,0%
2.	Saya mengerti apa itu NPWP dan fungsi NPWP	0%	0%	0%	93,3%	6,67%
3.	Saya mengerti cara penentuan peredaran bruto	0%	0%	0%	73,3%	26,67%
4.	Saya mengerti subjek dan objek penghasilan UMKM	0%	0%	6,67%	60,0%	33,3%
5.	Saya mengerti cara menghitung pajak penghasilan UMKM	0%	0%	6,67%	60,0%	33,3%
6.	Saya mengerti bagaimana dan kapan membayar pajak UMKM	0%	0%	6,67%	53,3%	40,0%
7.	Saya mengerti cara melaporkan pajak UMKM	0%	0%	0%	73,3%	26,67%
8	Saya mengerti sanksi yang dikenakan dalam pajak UMKM	6,67%	0%	0%	53,3%	40,0%
	JUMLAH	0,8%	0%	3,3%	67,5%	28,3%

Sumber: Data diolah

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa peserta sebelum mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang pajak penghasilan UKM sangat kurang baik, yaitu pada tingkat kurang memahami sebanyak 67,5%, diikuti sangat kurang memahami 28,3%, cukup memahami 3,3%, sedangkan tingkat sangat memahami 0,8%.

b. Kemampuan Akhir tentang Pajak Penghasilan UKM

Adapun kemampuan pedagang kecil tentang pajak penghasilan UKM sesudah mengikuti penyuluhan dapat dilihat pada table di bawah ini.

TABEL 4.30:
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SESUDAH PENYULUHAN PAJAK PENGHASILAN UKM

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Saya mengerti perbedaan pajak dengan retribusi	3	2	8	2	0
2.	Saya mengerti apa itu NPWP dan fungsi NPWP	2	2	11	0	0
3.	Saya mengerti cara penentuan peredaran bruto	1	1	12	1	0
4.	Saya mengerti subjek dan objek penghasilan UMKM	0	2	11	2	0
5.	Saya mengerti cara menghitung pajak penghasilan UMKM		2	11	2	0
6.	Saya mengerti bagaimana dan kapan membayar pajak UMKM	1	2	12	0	0
7.	Saya mengerti cara melaporkan pajak UMKM	2	2	8	3	0
8.	Saya mengerti sanksi yang dikenakan dalam pajak UMKM	1	3	9	2	0
	JUMLAH	10	16	82	12	0

Sumber: Data diolah 2016

TABEL 4.31:
PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SESUDAH PENYULUHAN PAJAK PENGHASILAN UKM

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Saya mengerti perbedaan pajak dengan retribusi	20,0%	13,3%	53,3%	13,3%	0%
2.	Saya mengerti apa itu NPWP dan fungsi NPWP	13,3%	13,3%	73,3%	0%	0%
3.	Saya mengerti cara penentuan peredaran bruto	6,67%	6,67%	80,0%	6,7%	0%
4.	Saya mengerti subjek dan objek penghasilan UMKM	0%	13,3%	73,3%	13,3%	0%
5.	Saya mengerti cara menghitung pajak penghasilan UMKM	0%	13,3%	73,3%	13,3%	0%
6.	Saya mengerti bagaimana dan kapan membayar pajak UMKM	6,67%	13,3%	80,0%	0%	0%
7.	Saya mengerti cara melaporkan pajak UMKM	13,3%	13,3%	53,3%	20,3%	0%
8.	Saya mengerti sanksi yang dikenakan dalam pajak UMKM	6,67%	20,3%	60,0%	13,3%	0%
	JUMLAH	8,3%	13,3%	68,3%	10,0%	0%

Sumber: Data diolah 2016

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa peserta sesudah mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang pajak penghasilan UKM, yaitu pada tingkat cukup memahami sebanyak 68,3%, dikuti dengan tingkat memahami 13,33%, tingkat kurang memahami 10,0%, dan sangat memahami 8,3% dan tidak ada lagi peserta berada pada tingkat sangat kurang memahami (0%).

c. Keberhasilan Penyuluhan Pajak Penghasilan UKM

Keberhasilan penyuluhan pajak penghasilan UKM ini dapat diukur dengan membandingkan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan. Adapun hasil perbandingan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

TABEL 4.32:
KEBERHASILAN PENYULUHAN
PAJAK PENGHASILAN UKM

No	Kemampuan	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	0,83%	8,33%	+7,5%
2.	B=Memahami	0%	13,33%	+13,33%
3.	C=Cukup Memahami	3,33%	68,33%	+65%
4.	D=Kurang Memahami	67,5%	10%	-57,5%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	28,33%	0%	-28,33%

Sumber: Data Diolah 2016

Dari table di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT008/01 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan sesudah mengikuti penyuluhan Pajak Penghasilan UKM meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahami (A) naik sebesar +7,5%, memahami (B) naik sebesar +13,33%, cukup memahami (C) naik sebesar +65%, sedangkan kurang memahami (D) turun sebesar -57,5%, dan sangat kurang memahami (E) turun sebesar -28,33%.

Peningkatan kemampuan pedagang kecil tentang pemahaman pajak penghasilan usaha dapat dilihat pada peningkatan kemampuan pedagang kecil memahami bagaimana dan kapan membayar pajak, bagaimana menghitung pajak, sanksai pajak, mengerti NPWP, dan melaporkan pajak. Jadi dapat disimpulkan bahwa penyuluhan Pajak Penghasilan UKM adalah **BERHASIL**.

4.8. Kemampuan Awal dan Akhir Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah

a. Kemampuan Awal Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah

TABEL 4.33:
REKAPITULASI PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SEBELUM PENYULUHAN PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

No	DESKRIPSI	A	B	C	D	E
1.	Memahami Perilaku Konsumen	16%	13,3%	26,67%	40%	4%
2.	Pelayanan Kepada Pelanggan Melalui Komunikasi	2,67%	12%	14,67%	58,67%	12%
3.	Perencanaan Bisnis	6,67%	17,3%	25,3%	41,3%	9,3%
4.	Prinsip Akuntansi Keuangan Usaha	4%	4%	16%	49,3%	26,67%
5.	Tips Mengelola Keuangan Usaha Mikro dan Menengah	1%	6%	34%	56%	8%
6.	Pajak Penghasilan UKM	0,83%	0%	3,33%	67,5%	28,33%
	JUMLAH	31,17%	52,6%	119,97%	312,77%	88,3%
	RATA-RATA	5,20%	8,77%	19,99%	52,13%	14,72%

Sumber: Data Diolah 2016

Dari table di atas dapat dilihat bahwa pada umumnya kemampuan para pedagang kecil mengelola usaha kecil dan menengah sebelum penyuluhan dapat dikatakan pada

tingkat kurang memahami (D) 52,13%, diikuti cukup kurang memahami 19,99%, sangat kurang memahami 14,72%, memahami 8,77%, dan hanya 5,20% saja yang memiliki kemampuan sangat memahami.

Jadi dapat disimpulkan bahwa para pedagang kecil ini belum memahami bagaimana mengelola usaha kecil dan menengah. Untuk itu perlu dilakukan penyuluhan pengelolaan usaha kecil dan menengah.

b. Kemampuan Akhir Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah

TABEL 4.34:

**REKAPITULASI PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SESUDAH PENYULUHAN MENGELOLA USAHA KECIL DAN MENENGAH**

No	DESKRIPSI	A	B	C	D	E
1.	Memahami Perilaku Konsumen	24%	73,3%	2,67%	0%	0%
2.	Pelayanan Kepada Pelanggan Melalui Komunikasi	34,67%	50,67%	13,3%	1,3%	0%
3.	Perencanaan Bisnis	20%	42,67%	28%	6,67%	2,67%
4.	Prinsip Akuntansi Keuangan Usaha	10,67%	52%	18,67%	12%	6,67%
5.	Tips Mengelola Keuangan Usaha Mikro dan Menengah	11,43%	46,67%	41,90%	0%	0%
6.	Pajak Penghasilan UKM	8,33%	13,33%	68,33%	10%	0%
	JUMLAH	109,1%	278,64%	172,87%	29,97%	9,34%
	RATA-RATA	18,18%	46,44%	28,81%	4,99%	1,56%

Sumber: Data Diolah 2016

Dari table 32 di atas dapat dilihat bahwa pada umumnya kemampuan pedagang kecil dalam mengelola usahanya sesudah mengikuti penyuluhan dapat dikatakan pada

umumnya berada pada tingkat memahami 46,44%, cukup memahami 28,81%, sangat memahami 18,18%, kurang memahami 4,99%, dan hanya 1,56% yang sangat kurang memahami.

Jadi dapat dikatakan penyuluhan pengelolaan usaha kecil dan menengah ini dapat meningkatkan kemampuan para peserta menjadi lebih baik dalam mengelola usahanya.

4.9. Keberhasilan Penyuluhan Mengelola UKM

TABEL 4.35:

KEBERHASILAN PENYULUHAN
PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

No	Kemampuan	Sebelum Penyuluhan	Sesudah Penyuluhan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	5,20%	18,18%	+12,98%
2.	B=Memahami	8,77%	46,44%	+37,67%
3.	C=Cukup Memahami	19,99%	28,81%	+8,22%
4.	D=Kurang Memahami	52,13%	4,99%	-47,44%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	14,72%	1,56%	-13,16%

Sumber: Data Dicolah Penulis 2016

Dari table 33 di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT008/01 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan sesudah mengikuti penyuluhan Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahamii (A) naik sebesar +12,98%, memahami (B) naik sebesar +37,67%, sedangkan cukup memahami (C) naik +13,16%, kurang memahami (D) turun -47,44%, dan sangat kurang memahami (E) turun -25,86%. Artinya semua peserta sesudah mengikuti pelatihan secara umum telah mengerti mengelola usaha kecil dan menengah dengan kata

lain pelaksanaan Penyuluhan Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah di wilayah RT008/001 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan dapat dikatakan **BERHASIL**.

4.10. Uji Perbandingan Dua Rata-Rata (Paired Samples Test)

a. Paired Samples Statistics

TABEL 4.36:

PAIRED SAMPLES STATISTICS

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Sebelum	82,7333	15	15,55390	4,01600
	Sesudah	130,4667		10,96010	2,82989

Sumber: Output SPSS 22,00

Dari tabel di atas dapat menjelaskan tentang statistik data dari sampel berpasang-pasangan, yaitu kemampuan rata-rata sebelum mengikuti penyuluhan adalah sebesar 82,7333 sedangkan sesudah penyuluhan rata-rata kemampuan 130,4667, artinya terjadi peningkatan kemampuan peserta sebesar 47,7334.

b. Paired Samples Correlations

TABEL 4.37:

PAIRED SAMPLES CORRELATIONS

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 Sebelum & Sesudah	15	.670	.027

Sumber: Output SPSS 22

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi sebesar 0,67, artinya terdapat hubungan yang cukup kuat antara kemampuan peserta sebelum dengan sesudah

penyuluhan. dan terdapat nilai signifikansi $0,027 < 0,05$, maka dapat disimpulkan terjadi hubungan yang cukup kuat dan signifikan antara kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.

c. Paired Samples Test

TABEL 4.38:
PAIRED SAMPLES TEST

Pair-1	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)			
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference							
				Lower	Upper						
Sebelum - Sesudah	-47.73333	17.67753	4.56432	-57.52283	-37.94384	-10.458	14	.000			

Sumber: Output SPSS 22,00

Tabel di atas dapat menjelaskan tentang hasil uji sampel berpasangan (Paired samples T Test), diketahui nilai signifikansi (Sig 2-tailed) sebesar 0,000 nilainya kurang dari 0,05, maka kesimpulannya ada perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.

Jadi dapat disimpulkan terdapat perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Kemampuan pengusaha kecil dan menengah dalam mengelola usahanya sebelum mengikuti penyuluhan dapat dikatakan berada pada tingkat kurang memahami, dan sesudah mengikuti penyuluhan dapat dikatakan berada pada tingkat memahami.
2. Pelaksanaan P2M dengan topik "Penyuluhan Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah di RT008/01 Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan" dapat dikatakan **BERHASIL**.

5.2. Saran

1. Penyuluhan seperti ini sebaiknya dapat dilakukan secara berkesinambungan dengan tingkat pelaksanaan yang lebih berkualitas dan daerah jangkauan penyuluhan yang semakin luas.
2. Penyuluhan seperti ini sebaiknya dapat diikuti atau melibatkan lebih banyak dosen dengan berbagai aspek ilmu dan pengetahuan yang dimilikinya.
3. Biaya pelaksanaan P2M ini sebaiknya dapat ditingkatkan dari tahun ke tahun sehingga kualitas dan kuantitas pelaksanaan dapat ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

Geoffrey G. Meredith, Kewirausahaan Teori dan Praktek, Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo, 2010.

Kotler Philip dan Gary Armstrong, Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Keduabelas, Jakarta: Indeks 2010.

Robbins Stephen P. dan Mary Coulter, Manajemen, Edisi Kesepuluh, Jakarta: Airlangga 2011.

Kotler Philip dan Gary Armstrong, Dasar-dasar Pemasaran, Jilid I, Edisi ke 10, Jakarta: Indeks, 2010.

Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Jili I, Edisi 12, Jakarta: Indeks. 2009.

Rangkuti Freddy, *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy* (Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan), Jakarta, Salemba Empat 2008.

Griffing. *Loyalitas Konsumen*. Penerbit : Salemba Empat, 2002.

Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan Pertama, Bandung, Penerbit ALFABETA, 2005.

Lupiyod, Rambat. *Pengertian Produk*. Jakarta, Penerbit : Sandi Susono, 2001.

Prawirosentono, Suryadi. *Total Quality Manajemen ABAD 21*, Edisi Revisi, Penerbit PT. Bumi Aksara, 2004.

Brotodiharjo Santoso, Pengantar Ilmu Pajak, Bandung: Eresco NU, 2008.

KUESIONER MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN

OLEH: GUSTON SITORUS, SE.MM.

PETUNJUK PENGISIAN:

ANDA DIMOHON UNTUK MENGISI SESUAI DENGAN PENDAPAT ANDA DENGAN MEMBERIKAN TANDA CENTANG (v) PADA ALTERNATIF JAWABAN YANG TERSEDIA.

A = 5 = SANGAT MENGERTI/MEMAHAMI

B = 4 = MENGERTI/MEMAHAMI

C = 3 = CUKUP MENGERTI/CEKUP MEMAHAMI

D = 2 - KURANG MENGERTI/KURANG MEMAHAMI

E = 1 = SANGAT KURANG MENGERTI/SANGAT KURANG MEMAHAMI

No	Pertanyaan	A (5)	B (4)	C (3)	D (2)	E (1)
1.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan perilaku konsumen					
2.	Apakah Anda memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen					
3.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen.					
4.	Apakah Anda memamahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.					
5.	Apakah Anda memhammi bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen.					
	JUMLAH					

TERIMAKASIH

LAMPIRAN 5: DATA BAKU JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN

NO	RESPONDEN	GUSTON					YOSI					LUCY					HERISTON					INDIRA					TAGOR					X1
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8								
1	INGE	5	4	5	4	4	4	4	3	3	5	4	5	5	5	1	5	4	5	3	3	3	3	2	2	2	1	1	2	2	117	
2	SITI HINDUN	3	5	5	3	3	2	2	1	2	1	3	3	4	4	3	1	2	2	1	1	2	3	2	2	1	2	2	2	81		
3	PURWANTI	5	2	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	85		
4	MAISAROH	1	1	4	5	4	2	1	1	1	1	3	3	3	3	3	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	65		
5	ASMANIAH	3	3	4	4	3	2	2	2	3	1	3	4	4	4	4	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	93		
6	YULIZAR	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	4	3	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	94		
7	YUDI YANAH	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	72		
8	MARIA	3	2	2	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	105		
9	ERVA	2	2	3	3	5	4	2	3	5	4	3	1	3	1	5	2	1	1	5	4	2	3	3	1	2	3	2	5	96		
10	HOZANAH	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	74		
11	MARHANAH	2	2	2	2	2	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	1	76		
12	APRI YANI	5	5	5	5	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	80		
13	SRI																															
14	FATMAWATI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	65		
15	ERNAWATI	5	3	4	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	64		
	HJ. IKKA	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	1	4	3	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	1	74		

76

LAMPIRAN 6: DATA KASAR JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN

LAMPIRAN 7: JADWAL PELAKSANAAN PENYULUHAN PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

**Jadwal Pelaksanaan Pengabdian pada Masyarakat
Penyuluhan Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah
Di Lingkungan RT008/01 Grogol Selatan Jakarta Selatan
Semester Genap Tahun Akademik 2015/2016**



UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT

Jalan Arteri Pondok Indah No. 11, Jakarta Selatan 12240
Telp. (021) 739 8393 (Hunting), Fax. (021) 720 0352
website <http://www.usni.ac.id>

SURAT TUGAS

No.: 031 /Ka.LPPM-USNI/V/2016

Yang bertanda tangan di bawah ini:

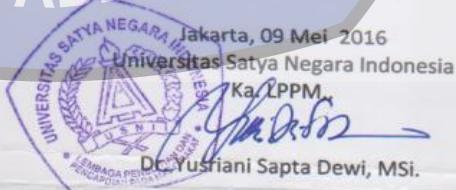
Nama : Dr. Yusriani Sapta Dewi, MSI.
NIK : 196208281988122001
Pangkat/Gol.: Lektor Kepala/IVa
Jabatan : Kepala LPPM USNI

Dengan ini menugaskan nama-nama tersebut di bawah ini sebagai berikut:

No.	NAMA	PANGKAT AKADEMIK	TOPIK
1.	Guston Sitorus, SE.MM. (Ketua Tim)	Lektor Kepala	Perilaku Konsumen
2.	Yosi Steffani, SE.MM. (Anggota Tim)	Lektor	Pelayanan Pelanggan Melalui Komunikasi Bisnis
3.	Lucy Nancy, SE.MM. (Anggota Tim)	Lektor	Perencanaan Bisnis
4.	Heriston Sianturi, SE.MM. (Anggota Tim)	Lektor	Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha
5.	Indira, SE.MM. (Anggota Tim)	Asisten Ahli	Tips Mengelola Keuangan UKM
6.	Tagor Darius Sidauruk SE.MSI. (Anggota Tim)	Asisten Ahli	Perhitungan, Pelaporan, dan Penyetoran PPh. UKM

Sebagi Dosen Tetap Fakultas Ekonomi USNI untuk melakukan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat (P2M) dengan topik "PENYULUHAN PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH DI WILAYAH RT008/01 GROGOL SELATAN, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN".

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.



Tembusan:

1. Vokasi

SURAT KETERANGAN

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : Arief Sulaiman
 Jabatan : KETUA RT008/01 Kel. Grogol Selatan
 Kec. Kebayoran Lama -Jakarta Selatan

Menerangkan bahwa:

No.	NAMA	PANGKAT AKADEMIK	TOPIK
1.	Guston Sitorus, SE.MM. (Ketua Tim)	Lektor Kepala	Perilaku Konsumen
2.	Yosi Stefhani, SE.MM. (Anggota Tim)	Lektor	Pelayanan Pelanggan Melalui Komunikasi Bisnis
3.	Lucy Nancy, SE.MM. (Anggota Tim)	Lektor	Perencanaan Bisnis
4.	Heriston Sianturi, SE.MM. (Anggota Tim)	Lektor	Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha
5.	Indira, SE.MM. (Anggota Tim)	Asisten Ahli	Tips Mengelola Keuangan UKM
6.	Tegor Darius Sidauruk SE.MSi. (Anggota Tim)	Asisten Ahli	Perhitungan, Pelaporan, dan Penyetoran PPh. UKM

Telah melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat, berupa penyuluhan dengan Topik: "Penyuluhan Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah" kepada para pedagang kecil di lingkungan Rukun Tetangga Delapan (RT008/01) Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan pada bulan April sampai dengan Juni 2016.

Jakarta, 10 Juni 2016

Ketua RT008/01,



(Arief Sulaiman)



**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT**

Jalan Arteri Pondok Indah No. 11, Jakarta Selatan 12240
Telp. (021) 739 8393 (Hunting), Fax. (021) 720 0352
website <http://www.usni.ac.id>

Jakarta, 09 Mei 2016

Nomor : 030./Ka.LPPM-USNI/XI/2015
 Lampiran : 1 (satu) berkas proposal
 Perihal : Pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat
 Kepada Yth : Bapak Arief Sulaiman
 Ketua RT008/01 Grogol Selatan
 Kel. Kebayoran Lama, Jakarta Selatan
 di- Jakarta.

Dengan Hormat,

Dalam rangka melaksanakan Pengabdian Pada Masyarakat (P2M), dengan inf saya:

Nama : Dr. Yusrini Sapta Dewi, MSi.
 NIK : 196208281988122001
 Jabatan : Kepala LPPM USNI
 Pangkat : Lektor Kepala/IVA
 Alamat : Jl. Arteri Pondok Indah No. 11
 Jakarta Selatan

Mengajukan permohonan agar Dosen Tetap Fakultas Ekonomi di bawah ini diizinkan melaksanakan kegiatan P2M, berupa penyuluhan dengan Topik "Penyuluhan Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah" kepada para pedagang kecil di lingkungan Rukun Tetangga Delapan (RT008/01) Kelurahan Grogol Selatan, Kecamatan Kebayoran Lama, Jakarta Selatan pada bulan Maret sampai Juni 2016.

Adapun Dosen Tetap yang akan melaksanakan Pengabdian pada Masyarakat dimaksud adalah:

No.	NAMA	PANGKAT AKADEMIK	TOPIK
1.	Guston Sitorus, SE.MM. (Ketua Tim)	Lektor Kepala	Perilaku Konsumen
2.	Yosi Steffani, SE.MM. (Anggota Tim)	Lektor	Pelayanan Pelanggan Melalui Komunikasi Bisnis
3.	Lucy Nancy, SE.MM. (Anggota Tim)	Lektor	Perencanaan Bisnis
4.	Heriston Sianturi, SE.MM. (Anggota Tim)	Lektor	Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha
5.	Indira, SE.MM. (Anggota Tim)	Asisten Ahli	Tips Mengelola Keuangan UKM
6.	Tagor Darius Sidauruk SE.MSi. (Anggota Tim)	Asisten Ahli	Perhitungan, Pelaporan, dan Penyetoran PPh. UKM

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas persetujuan Bapak kami ucapan terima kasih.



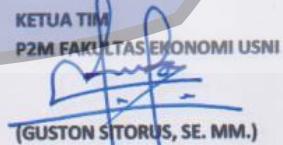
Tembusan:

1. Yth. Bapak Rektor sebagai laporan
2. Yth. Bapak Pembantu Rektor I, II, dan III
3. Yth. Dekan Fakultas Ekonomi
4. Arsip -

DAFTAR HADIR PESERTA PELAKSANAAN P2M
PENYULUHAN PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH
DI LINGKUNGAN RT008/01 KEL. GROGOL SELATAN
KEC. KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN
TANGGAL, 2016

No.	Nama	Tanda	Tangan
1.	INBE	✓	Robby
2.	Siti Hindun	✓	✓
3.	Purwanti	✓	✓
4.	MASAROH	✓	✓
5.	Asmaniah	✓	✓
6.	YULIZAR	✓	✓
7.	Yudiyarhan	✓	✓
8.	Maria ultah	✓	✓
9.	Ervita	✓	✓
10.	Hozannah	✓	✓
11.	MARYAMNA	✓	✓
12.	APRI Yani	✓	✓
13.	YENNI / SRI Patmawati	✓	✓
14.	ERMAWATI	✓	✓
15.	HICKA . / HDe	✓	✓

RT. 008/01
GROGOL SELATAN
KELURAHAN GROGOL SELATAN
KECAMATAN KEBAYORAN LAMA
 (ARIEF SULAIMAN)

KETUA TIM
P2M FAKULTAS EKONOMI USNI

 (GUSTON SITORUS, SE. MM.)













