

**LAPORAN HASIL
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**“PENYULUHAN PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH
DI LINGKUNGAN RT010/01 GROGOL SELATAN
KEBAYORAN LAMA JAKARTA SELATAN”**

OLEH:

- 1. GUSTON SITORUS, SE.MM. (KETUA)**
- 2. YOSIE STEHPANI, SE.MM. (ANGGOTA)**
- 3. HERISTON SIANTURI, SE.MM. (ANGGOTA)**
- 4. LUCY NANCY, SE.MM. (ANGGOTA)**
- 5. INDIRA SHINTA DEWI, SE.MM. (ANGGOTA)**
- 6. TAGOR DARIUS SIDAURUK, MSi. (ANGGOTA)**
- 7. NIA TRESNAWATY, SE.MAk. (ANGGOTA)**
- 8. GALIH CHANDRA KIRANA, SE.MAk. (ANGGOTA)**

SEMESTER GANJIL 2016/2017

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JANUARI 2017**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadiran 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 kepada Masyarakat (P2M) Universitas Satya Negara Indonesia (USNI) telah menugaskan kami untuk melaksanakan P2M pada Semester Ganjil 2016/2017 ini dengan topik **PENYULUHAN PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) DI LINGKUNGAN RT010/01 GROGOL SELATAN KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN**. P2M ini telah kami laksanakan mulai bulan September 2016 s/d Januari 2017 dan semua berjalan dengan lancar sesuai dengan yang telah direncanakan.

Kami Tim P2M Dosen Tetap Fakultas Ekonomu 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 Lili Marhali sebagai Ketua RT010/01 Grogol Selatan yang telah bersedia menjadi lokasi pelaksanaan P2M ini. Semoga pelaksanaan P2M ini bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi pedagang kecil di lingkungan RT010/01.

Jakarta, Januari 2017

Ketua Tim P2M

Guston Sitorus, SE.MM

HALAMAN IDENTITAS DAN PEGESAHAN KEGIATAN P2M

1. Judul : **“Penyuluhan Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Lingkungan RT010/01 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 : Yosi Stefhani, 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
- D. Anggota-4 :
- 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
- E. Anggota-5 :
- 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 Ganda Blok B1 No.12, Ciledug
- F. Anggota-6 :
- a. Nama : Nia Tresnawaty, SE.MAk.
 - 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/Akuntansi
 - g. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
 - h. Alamat Rumah : Jl. Arya Jaya Santika, RT001/03, No.2, Kec. Tiga Raksa, Tangerang , Banten

G. Anggota-7 :
 a. Nama : Galih Chandra Kirana, SE.MAk.
 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 : Jl. Gelatik K-14 RT004/02, Komplek Hankam Slipi
 Jakarta Barat

5. Lokasi Kegiatan LPPM : Lingkungan RT010/01, Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan”.

6. Waktu Kegiatan : September 2016 s/d Januari 2017

7. Biaya yang diperlukan : Rp. 9.000.000,-

a. Anggaran USNI : Rp. 3.000.000,-

b. Pribadi : Rp. 750.000,-/per orang

Mengatahui,
 Dekan FE-USNI

Adolpino Nainggolan, SE.MAk.

Jakarta, 30 Januari 2017

Ketua Proyek P2M,

Guston Silorus, SE.MM.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR		i
HALAMAN PENGESAHAN		ii
DAFTAR ISI		v
DAFTAR TABEL		vii
DAFTAR LAMPIRAN		ix

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan		1
1.2. Perumusan Masalah		4
1.3. Tujuan Kegiatan Pengabdian Masyarakat		4
1.4. Manfaat Pengabdian pada Masyarakat		5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perilaku Konsumen		6
2.2. Pelayanan Kepada Pelanggan Melalui Komunikasi		8
2.3. Perencanaan Bisnis		15
2.4. Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha		17
2.5. Tips Mengelola Keuangan UKM		19
2.6. Alternatif Sumber Dana UKM		21
2.7. Pengelolaan Modal Kerja UKM		37
2.8. Pajak Penghasilan (PPh) UKM		47

BAB III METODOLOGI

3.1. Tempat dan Waktu		54
3.2. Inventarisasi Peserta		54
3.3. Metodologi Penyuluhan		54
3.4. Pelaksanaan Penyuluhan		55
3.5. Analisis Data		55
3.6. Uji Hipotesis		56

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Pelaksanaan Penyuluhan	57
4.2. Profil Peserta Penyuluhan	58
4.3. Penyuluhan Memahami Perilaku Konsumen	60
4.4. Penyuluhan Pelayanan Kepada Pelanggan Melalui Komunikasi	63
4.5. Penyuluhan Perencanaan Bisnis	66
4.6. Penyuluhan Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha	69
4.7. Penyuluhan Tips Mengelola Keuangan UKM	71
4.8. Penyuluhan Alternatif Sumber Dana UKM	75
4.9. Penyuluhan Pengelolaan Modal Kerja UKM	77
4.10. Penyuluhan Pajak Penghasilan UKM	80
4.11. Kemampuan Awal dan Akhir Pengelolaan UKM	84
4.12. Keberhasilan Penyuluhan Mengelola UKM	86
4.13. Uji Perbandingan Dua Rata-Rata (Paired Samples Test)	87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	89
5.2. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

TABEL 4.1 : USIA RESPONDEN	59
TABEL 4.2 : STATUS PENDIDIKAN	59
TABEL 4.3 : DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN	60
TABEL 4.4 : DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN	61
TABEL 4.5 : KEBERHASILAN PENYULUHAN MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN	62
TABEL 4.6 : DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN PELAYANAN KEPADA PELANGGAN MELALUI KOMUNIKASI	63
TABEL 4.7 : DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN PELAYANAN KEPADA PELANGGAN MELALUI KOMUNIKASI	64
TABEL 4.8 : KEBERHASILAN PENYULUHAN PELAYANAN KEPADA PELANGGAN MELALUI KOMUNIKASI	65
TABEL 4.9 : DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN PERENCANAAN BISNIS	66
TABEL 4.10: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN PERENCANAAN BISNIS	67
TABEL 4.11: KEBERHASILAN PENYULUHAN PERENCANAAN BISNIS	68
TABEL 4.12: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN PRINSIP-PRINSIP AKUNTANSI KEUANGAN USAHA	69
TABEL 4.13: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN PRINSIP-PRINSIP AKUNTANSI KEUANGAN USAHA	70
TABEL 4.14: KEBERHASILAN PENYULUHAN PRINSI-PRINSIP AKUNTANSI KEUANGAN USAHA	71
TABEL 4.15: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN TIPS MENGELOLA KEUANGAN UKM	72

TABEL 4.16: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN TIPS MENGELOLA KEUANGAN UKM	74
TABEL 4.17: KEBERHASILAN PELATIHAN TIPS MENGELOLA KEUANGAN UKM	
TABEL 4.18: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN ALTERNATIF SUMBER DANA UKM	75
TABEL 4.19: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN ALTERNATIF SUMBER DANA UKM	76
TABEL 4.20: KEBERHASILAN PENYULUHAN ALTERNATIF SUMBER DANA UKM	77
TABEL 4.21: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN PENGELOLAAN MODAL KERJA UKM	78
TABEL 4.22: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN PENGELOLAAN MODAL KERJA UKM	79
TABEL 4.23: KEBERHASILAN PENYULUHAN PENGELOLAAN MODAL KERJA UKM	80
TABEL 4.24: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN PAJAK UKM	81
TABEL 4.25: DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN PAJAK UKM	82
TABEL 4.26: KEBERHASILAN PENYULUHAN PAJAK UKM	83
TABEL 4.27: REKAPITULASI PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN MENGELOLA USAHA KECIL DAN MENENGAH	84
TABEL 4.28: REKAPITULASI PERSENTASE DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN MENGELOLA USAHA KECIL DAN MENENGAH	85
TABEL 4.29: KEBERHASILAN PENYULUHAN PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH	86
TABEL 4.30: PAIRED SAMPLES STATISTICS	87
TABEL 4.31: PAIRED SAMPLES CORRELATIONS	87
TABEL 4.32: PAIRED SAMPLES TEST	88

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : SURAT TUGAS KETUA LPPM USNI
TENTANG PELAKSANAAN P2M
- LAMPIRAN 2 : SURAT PERMOHONAN KETUA LPPM USNI
KETUA RT008/01, GROGOL SELATAN,
KEBAYORAN LAMA JAKARTA SELATAN
- LAMPIRAN 3 : SURAT KETERANGAN DARI KETUA RT008/01
GROGOL SELATAN JAKARTA SELATAN
- LAMPIRAN 4 : SERTIFIKAT DARI KETUA LPPM USNI DAN KETUA RT
- LAMPIRAN 5 : KUESIONER SEBELUM DAN SESUDAH PELATIHAN
- LAMPIRAN 6 : DATA KASAR JAWABAN SEBELUM PENYULUHAN
- LAMPIRAN 7 : DATA KASAR JAWABAN SESUDAH PENYULUHAN
- LAMPIRAN 8 : JADWAL PELAKSANAAN PENYULUHAN
PENGELOLAN UKM
- LAMPIRAN 9 : DAFTAR HADIR PESERTA PENYULUHAN
- LAMPIRAN 10 : FOTO-FOTO PELAKSANAAN PENYULUHAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.5. Latar Belakang Permasalahan

Tujuan nasional yang dinyatakan dalam Pembukaan Undang-undang Dasar 1945 harus diwujudkan melalui proses demokratisasi, pelaksanaan penyelenggaraan negara yang berkedaulatan rakyat dengan mengutamakan persatuan dan kesatuan bangsa, berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945. Penyelenggaraan negara dilaksanakan melalui pembangunan nasional dalam segala aspek kehidupan bangsa, oleh pemerintah bersama-sama segenap rakyat Indonesia di seluruh wilayah Negara Republik Indonesia. Pembangunan nasional merupakan usaha peningkatan kualitas manusia dan masyarakat Indonesia yang dilakukan secara berkelanjutan, berlandaskan kemampuan nasional, dengan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi serta memperhatikan tantangan perkembangan global. Dalam pelaksanaannya mengacu pada kepribadian bangsa dan nilai luhur yang universal untuk mewujudkan kehidupan bangsa yang berdaulat, mandiri, berkeadilan, sejahtera, maju, dan kukuh kekuatan moral dan etikanya. Pembangunan yang hanya mengutamakan pertumbuhan ekonomi yang terpusat dan tidak merata serta tidak diimbangi kehidupan sosial, politik, ekonomi yang demokratis dan berkeadilan telah menghasilkan fundamental pembangunan ekonomi yang rapuh. Rapuhnya fondasi perekonomian nasional telah mengakibatkan Indonesia terjebak dalam krisis ekonomi yang berkepanjangan serta menurunnya daya saing ekonomi nasional.

Mengawali tahun 2016, Indonesia harus mampu membangun optimisme untuk menghadapi setiap situasi ekonomi, baik global maupun domestik. Namun, kondisi ini harus tetap diwaspadai karena mengingat kondisi ekonomi global yang lebih rentan dengan krisis karena mudah berubah-ubah. Berkaca dari tahun lalu, pengaruh terbesar bagi ekonomi Indonesia di 2016 bisa jadi antara lain, yaitu pertama perlambatan ekonomi Tiongkok dan kedua masih rendahnya harga minyak. Bahasan pertama adalah pengaruh Tiongkok ke Indonesia. Sebagai mitra dagang terbesar Indonesia, perlambatan di Tiongkok berarti memberi pengaruh pada

kegiatan ekspor. Perlu dicatat, ekonomi dunia juga mendapat pengaruh yang sama atas perlambatan ini. Melihat hal ini, tentunya pola ekspor Indonesia pun harus mulai diubah, dari barang mentah menjadi barang jadi/barang konsumsi.

Menurut mantan menteri Keuangan Republik Indonesia Bambang PS Brodjonegoro, “Kondisi ekonomi global saat ini rentan dengan krisis karena mudah berubah-ubah. Intinya, kita tetap harus menjaga fundamental kita baik makro, moneter, maupun fiskal”. Pemerintah berkomitmen untuk menjalankan APBN 2016 dengan lebih baik, baik dari sisi penerimaan, belanja, maupun pembiayaan. Lebih lanjut, pemerintah juga berharap APBN yang lebih baik dapat memberikan dampak pertumbuhan ekonomi yang lebih kuat, sehingga kinerja perekonomian Indonesia 2016 menjadi lebih baik dari 2015.

Salah satu potensi yang harus dikembangkan adalah potensi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dimana sektor ini merupakan sektor yang paling banyak dilakoni 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. Secara lebih spesifik, ada beberapa permasalahan mendasar yang dihadapi pengusaha kecil (Kuncoro, 2007 : 368). Pertama, kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar. Kedua, kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan. Ketiga, kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia. Keempat, keterbatasan jaringan usaha kerjasama antar pengusaha kecil. Kelima, iklim usaha yang kurang kondusif karena persaingan yang saling mematikan. Keenam, pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan dan kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil. Dengan demikian untuk mengatasi berbagai permasalahan dalam rangka pemberdayaan UKM, diperlukan beberapa langkah strategis yang terencana, sistematis dan menyeluruh baik pada tataran makro maupun mikro yang meliputi:

1. Penciptaan iklim usaha dalam rangka membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya, serta menjamin kepastian usaha disertai adanya efisiensi ekonomi melalui kebijakan yang memudahkan dalam formalisasi dan perijinan usaha, antara lain dengan mengembangkan pola pelayanan satu atap untuk memperlancar proses dan mengurangi biaya perijinan.

2. Pengembangan sistem pendukung usaha bagi UKM untuk meningkatkan akses kepada pasar yang lebih luas dan berorientasi ekspor serta akses kepada sumber daya produktif sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya, terutama sumber daya lokal yang tersedia.
3. Pengembangan budaya usaha dan kewirausahaan, terutama di kalangan angkatan kerja muda dan para pedagang kecil, melalui pelatihan, bimbingan konsultasi dan penyuluhan. Pelatihan diutamakan pada bidang yang sesuai dengan unit usaha yang menjadi andalan. Selain itu juga diperlukan pelatihan manajerial karena pada umumnya pengusaha kecil lemah dalam kemampuan manajemen dan banyak menggunakan tenaga kerja yang tidak terdidik.
4. Diperlukan usaha pemerintah daerah untuk mengupayakan suatu pola kemitraan bagi UKM agar lebih mampu berkembang, baik dalam konteks sub kontrak maupun pembinaan yang mengarah ke pembentukan kluster yang bisa mendorong UMKM untuk berproduksi dengan orientasi ekspor.

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 melaksanakan 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. Di samping itu adanya penambahan materi penyuluhan, yaitu Alternatif Sumber Dana UKM dan Pengelolaan Modal Kerja UKM.

Penyuluhan pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah ini akan dilakukan oleh Dosen Tetap USNI yang kesekian kalinya, hanya perbedaannya dengan yang

sekarang adalah wilayah penyuluhan pengusaha kecil dan menengah dilaksanakan di lingkungan RT010/01 Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Sehingga Judul P2M ini adalah: **“PENYULUHAN PENGELOLAN USAHA KECIL DAN MENENGAH DI LINGKUNGAN RT010/01 GROGOL SELATAN, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN”**.

1.6. Perumusan Masalah

Permasalahan yang dapat kami rumuskan adalah;

- a. Belum ada pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang perilaku konsumen.
- b. Belum ada pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil melayani pelanggan melalui komunikasi bisnis.
- c. Belum ada pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil membuat perencanaan bisnis.
- d. Belum ada pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang prinsip-prinsip akuntansi keuangan UKM
- e. Belum ada pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang tips mengelola keuangan UKM..
- f. Belum ada pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang alternatif sumber dana UKM
- g. Belum ada pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang pengelolaan modal kerja UKM.
- h. Belum ada pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang pajak UKM.

1.7. Tujuan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini mempunyai tujuan:

- a. Meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang perilaku konsumen.
- b. Meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil untuk merencanakan bisnis
- c. Meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil melayani pelanggan melalui komunikasi bisnis.

- d. Meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang prinsip-prinsip akuntansi keuangan usaha.
- e. Meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang tips mengelola keuangan usaha kecil dan menengah.
- f. Meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang alternatif sumber dana usaha kecil dan menengah.
- g. Meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang pengelolaan modal kerja usaha kecil dan menengah.
- h. Meningkatkan pemahaman dan kemampuan 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 paham dan mampu meningkatkan pelayanannya kepada konsumen.
- b. Pengusaha kecil dan menengah akan paham dan mampu membuat perencanaan bisnis.
- c. Pengusaha kecil dan menengah akan paham dan mampu melayani pelanggan melalui komunikasi bisnis.
- d. Pengusaha kecil dan menengah akan paham dan mampu tentang prinsip-prinsip akuntansi keuangan usaha.
- e. Pengusaha kecil dan menengah akan paham dan mampu tentang tips mengelola keuangan usaha kecil dan menengah.
- f. Pengusaha kecil dan menengah akan paham dan mampu tentang alternatif sumber dana modal usaha kecil dan menengah.
- g. Pengusaha kecil dan menengah akan paham dan mampu tentang pengelolaan modal kerja usaha kecil dan menengah.
- f. Pengusaha kecil dan menengah akan paham dan mampu 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 ini 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 mengemabngakan 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 terlampaui 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. Berkomunikasi secara Langsung

Komunikasi dengan pelanggan intinya membangun kedekatan emosional dengan mereka. Itu sebabnya, komunikasi akan lebih efektif bila si pengusaha langsung berkomunikasi 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 desainnya 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 komplain 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 komplain ingin didengar dan dimengerti sebagai penyaluran atas kemarahan dan ketidakpuasannya.

Kesiapan dan keberanian menghadapi pelanggan yang komplain ini adalah hal yang paling mendasar. Pelanggan yang komplain 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 komplain itu. Reaksi yang tenang, serius menyimak, dan mengkonfirmasi seolah merupakan pengakuan atas ‘kesalahan-kesalahan serta permohonan maaf’ yang serta merta akan mengurangi kemarahan dari pelanggan kita yang komplain tersebut.

Gerak-gerak 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 kesetiiaannya, walau sedang komplin manakala dia merasa diperhatikan 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 dirancang 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 sasarannya.
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 system 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

AKTIVA					=	SUMBER DANA			
↓						↓			
Kas	Piutang	Persediaan Barang	Perlengkapan	Aktiva Tetap	=	Hutang Dagang	Hutang Bank	Hutang Lain2	Modal

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 kritikal 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 supplier. Tidak ada tagihan yang macet atau membayar lebih kepada supplier 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. Alternatif Sumber Dana UKM

2.6.1. Pengertian Modal Usaha

Modal usaha tidak selalu berupa uang, sebagaimana dikatakan oleh Bob Sadino. Modal ada yang bisa dilihat, dirasakan, dan dipegang, atau disebut modal tangible. Ada

modal yang tidak bisa dilihat, dirasakan, dan dipegang seperti modal keberanian, kemauan, dan tekad. Rupanya Bob Sadino lebih mengandalkan modal yang tidak kelihatan, yaitu tekad dan semangat yang tinggi, lalu modal berikutnya, yaitu kaki, tangan, terus melangkah dan terus berbuat. Namun demikian, modal kelihatan dan tidak kelihatan keduanya sama-sama penting.

Untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal (uang) dan tenaga (keahlian). Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, mulai dari biaya pra-investasi, pengurusan izin-izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap, sampai dengan modal kerja. Sementara itu, modal keahlian adalah keahlian dan kemampuan seseorang untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha.

Modal usaha adalah segala sesuatu yang pertama kali dikeluarkan digunakan untuk membiayai pendirian perusahaan (pra-investasi), mulai dari persiapan yang diperlukan sampai perusahaan tersebut berdiri (memiliki badan usaha). Contoh biaya awal yang harus dikeluarkan adalah biaya survei lapangan, biaya pembuatan studi kelayakan, izin-izin, dan biaya pra-investasi lainnya.

Setelah biaya pra-investasi dikeluarkan, selanjutnya adalah biaya untuk membeli sejumlah aktiva (harta) tetap. Biaya ini dikeluarkan untuk mengoperasikan perusahaan atau sebagai tempat atau alat untuk melakukan kegiatan, seperti pembelian tanah, pendirian bangunan, pembelian mesin-mesin, dan peralatan kantor. Disamping itu, modal juga diperlukan untuk membiayai operasi usaha pada saat bisnis tersebut dijalankan. Jenis biaya ini misalnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya lainnya.

2.6.1. Sumber Pendanaan Usaha

Terdapat dua sumber utama pendanaan usaha, yaitu ekuitas dan utang. Ekuitas yaitu pemilik menginvestasikan laba perusahaannya untuk ditempatkan dalam perusahaan guna memperkecil resiko pengembalian dalam tingkat yang rendah, sedangkan utang adalah mengandung resiko, pemberi pinjaman pertama kali menarik laba dan harus dibayar sekalipun perusahaan tidak ada laba atau dalam kondisi merugi.

Pendanaan ekuitas (modal sendiri), dapat diperoleh dari tabungan individu, teman dan atau saudara, investor perorangan lain, perusahaan-perusahaan besar, perusahaan modal ventura, dan penjualan saham. Pendanaan dari utang (pinjaman), dapat diperoleh dari teman atau saudara, investor perorangan lainnya, para pemasok bahan baku pemberi

pinjaman berbentuk asset, bank-bank komersial, program-program yang didukung oleh pemerintah, lembaga-lembaga keuangan swadaya masyarakat, perusahaan-perusahaan besar dan perusahaan modal ventura.

Pemasok Bahan Baku Dan Pemberi Pinjaman Berbasis Aset:

1. Kredit Perdagangan

Dapat dibayar dengan uang. Pendanaan disediakan oleh pemasok inventaris kepada perusahaan yang mengadakan pembayaran uang untuk jumlah tertentu. Pendanaan jangka pendek selama 30 hari. Sejumlah kredit yang tersedia bergantung pada tope perusahaan dan kesediaan pemasok untuk menambah pinjaman.

2. Pinjaman dan Sewa Peralatan

Pinjaman cicilan (gadai) peralatan dari penjual peralatan yang dibeli oleh perusahaan. Peralatan disewa dari pemasok dalam rangka penghematan kas untuk tujuan lain, menunda lini pembukuan pinjaman, dan penyediaan pembendung atau pagar untuk melawan keusangan.

3. Pinjaman Berbasis Kekayaan

Mengamankan jaminan pinjaman dengan kekayaan modal kerja.

4. Pabrik

Memperoleh kas melalui penjualan, jumlah uang yang dapat diterima (piutang) pada perusahaan lain. Tanggungan dijual sebagai faktor diskon pada nilai faktur, faktor yang dapat menolak rekening yang diragukan, faktor biaya utang bagi rekening pelayanan dan untuk lanjutan.

5. Bank-bank Komersial

Hal-hal yang menjadi perhatian adalah:

- Keamanan kredit mencakup jumlah maksimal yang akan diberikan kepada perusahaan untuk pinjaman.
- Perjanjian kredit beredar mencakup jumlah maksimal pinjaman bank untuk meminjamkan kepada perusahaan secara terus-menerus.
- Pinjaman bersyarat, meliputi pinjaman dalam jangka waktu 5 sampai dengan 10 tahun untuk membiayai perlengkapan, hipotek atau jaminan barang bergerak, hipotek atau jaminan hipotek gedung (barang tak bergerak).

- Pinjaman jangka panjang dengan menggunakan gedung atau barang tak bergerak sebagai jaminan.

Sumber-sumber pendanaan lain:

- Perusahaan modal ventura : merupakan kelompok investor atau investasi yang memasukkan uangnya pada usaha bisnis baru.
 - Institusi keuangan berbasis komunitas atau lembaga swadaya masyarakat
 - Pemberi pinjaman yang menyediakan pendanaan untuk bisnis kecil milik masyarakat berpendapatan rendah guna membesarkan pengembangan ekonomi seperti koperasi primer tertentu.
 - Perusahaan-perusahaan besar:
 1. Bantuan pendanaan dan teknik kepada pemasok kritis serta pengembang teknologi
 2. Penjualan saham (stock sales)
 3. Penempatan pribadi (private placement)
 4. Penjualan saham modal perusahaan untuk dikoleksi individual
 5. Penawaran umum pertama (initial public offering-IPO) saham
 6. Penempatan perusahaan di bawah peraturan-peraturan surat berharga bursa efek
- Sebelum memulai suatu usaha, kita membutuhkan segala sesuatu yang berhubungan dengan kebutuhan usaha. Salah satu kebutuhan yang sangat penting yaitu modal, karena dengan adanya modal kita bisa merealisasikan usaha apa yang akan kita jalankan.

Sebagian besar orang memiliki persepsi bahwa modal usaha selalu dalam bentuk uang, padahal sebenarnya modal yang kita butuhkan dalam memulai usaha tidak selalu dalam bentuk yang bisa dilihat, tetapi juga bisa dalam bentuk yang tidak terlihat. Modal yang bisa dilihat bisa dicontohkan seperti uang. Cara memperoleh uang untuk modal usaha bisa dengan berbagai macam cara, dan juga jumlah modal yang perlu disiapkan sebelum memulai suatu usaha harus dipertimbangkan terlebih dahulu jenis modal yang akan kita pilih, karena pastinya dalam setiap kebijakan yang kita ambil ada kelebihan dan ada kekurangannya.

Jumlah Modal yang Diharapkan dan yang Tersedia

Pada umumnya modal yang tersedia untuk membuka usaha sangat minim atau malah nihil. Modal utama adalah semangat dan kejujuran. Akan tetapi banyak diantara wirausahawan mampu mengumpulkan modal dari tabungan, menjual harta, atau pinjaman dari orang tua dan keluarga lainnya. Jika modalnya sangat kecil dapat dilakukan kerjasama dengan partner, yang masing-masing menyetorkan modalnya. Semua sumber dan kemampuan pengumpulan modal ini harus ditulis. Modal awal ini harus tetap dicari sampai memenuhi/mencukupi untuk menggerakkan langkah pertama wirausaha.

Besarnya modal yang diperlukan tergantung dari jenis usaha yang akan digarap. Dalam kenyataan sehari-hari kita mengenal adanya usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Masing-masing memerlukan modal dalam batas tertentu. Jadi, jenis usaha menentukan besarnya jumlah modal yang diperlukan. Misalnya, jenis usaha pabrikaan berbeda dengan pertanian. Hal lain yang mempengaruhi besarnya modal adalah jangka waktu usaha atau jangka waktu perusahaan menghasilkan produk yang diinginkan. Usaha yang memerlukan jangka waktu yang lebih panjang memerlukan modal yang relatif besar pula.

Perhitungan terhadap besarnya kebutuhan usaha perlu dilakukan sebelum usaha tersebut dijalankan. Sementara itu, kebutuhan modal tenaga keahlian perusahaan disesuaikan dengan kebutuhan dan persyaratan yang telah ditetapkan. Kebutuhan akan tenaga ahli yang akan menjalankan usaha dapat diperoleh dari rekrutmen karyawan (penarikan pegawai) dari berbagai sumber, seperti melalui iklan, dari surat lamaran yang masuk, referensi (kenalan) atau perguruan tinggi.

Untuk memperoleh karyawan seperti yang dipersyaratkan, perlu dilakukan proses seleksi. Agar hasil yang diperoleh maksimal, para calon karyawan yang sudah diseleksi sebagian atau seluruhnya diberikan pelatihan agar mereka bertambah ahli dan terbiasa dengan pekerjaan yang akan dilakukannya nanti.

Setelah usaha berjalan, kejujuran selalu tetap dipertahankan, reputasi semakin baik, maka hubungan akan terjalin baik dengan relasi. Relasi inilah yang biasanya sangat dominan

menunjang perkembangan suatu wirausaha. Para relasi dapat membantu bahan, barang yang dibutuhkan, bahkan uang kontan pun dapat dipinjamkannya. Juga teman-teman lain yang sudah cukup percaya akan menawarkan pinjaman modal dengan bunga rendah. Inilah sumber-sumber modal, yang dapat diharapkan setelah usaha berjalan. Kemudian harus menjalin hubungan dengan bank. Suatu perusahaan yang sudah berjalan baik dan ingin maju, syarat mutlak ia harus berhubungan dengan bank. Melalui bank kita bisa memperoleh modal yang dibutuhkan dan dapat menyimpan uang sementara belum digunakan.

Sumber Modal Usaha

Kebutuhan modal, baik modal investasi maupun modal kerja, dapat dicari dari berbagai sumber dana yang ada, yaitu modal sendiri atau modal pinjaman (modal asing). Modal sendiri adalah modal dari pemilik usaha sedangkan modal asing adalah modal dari luar perusahaan.

Seperti dikemukakan diatas bahwa penggunaan masing-masing modal tergantung dengan maksud dan tujuannya. Pertimbangan lain adalah jangka waktu pengambilan yang dibutuhkan apakah jangka pendek atau jangka panjang. Disamping itu, jumlah atau nilai modal yang diinginkan perusahaan juga menjadi pertimbangan khusus. Pertimbangan yang paling penting adalah faktor besarnya biaya yang harus ditanggung. Hal ini penting karena ini merupakan komponen biaya yang harus dikeluarkan. Disamping itu, faktor persyaratan yang harus dipenuhi ada yang rumit dan ada yang mudah. Jadi, masing-masing modal memiliki keuntungan dan kerugian, baik dari segi biaya, waktu, persyaratan untuk memperolehnya, dan jumlah yang dapat dipenuhi.

Dalam praktiknya pembiayaan suatu usaha dapat diperoleh secara gabungan antara modal sendiri dan modal pinjaman. Pilihan apakah menggunakan modal sendiri, modal pinjaman, atau gabungan dari keduanya tergantung dari jumlah modal yang dibutuhkan dan kebijakan pemilik usaha.

Pada awalnya untuk usaha baru, biasanya perusahaan lebih menitikberatkan pada modal sendiri. Hal ini terjadi karena sulitnya memperoleh modal pinjaman, terutama dari bank. Bank biasanya jarang memberikan pinjaman untuk usaha baru, mengingat bank belum

mengenal dan nasabah belum berpengalaman. Namun, perusahaan dapat memperoleh pinjaman dari perusahaan nonbank atau lembaga keuangan bukan bank, seperti leasing atau pegadaian.

Beberapa sumber modal usaha sebagai berikut:

Dana modal sendiri

Setiap pengusaha biasanya tersedia modal sendiri walaupun kecil. Kecil atau besar bukan masalah yang penting berani menggunakan modal tersebut untuk usaha. Banyak siswa SMA dan mahasiswa berbisnis menjual pulsa dengan modal hanya seratus ribu, dan lama-lama terakumulasi menjadi besar.

Pinjaman dari keluarga.

Biasanya pinjaman dari keluarga adalah jangka pendek dan pengembaliannya harus tepat waktu atau lebih cepat lebih baik. Namun demikian, meminjam kepihak keluarga sebaiknya langkah terakhir karena akan menjadi hutang budi yang lama dan berkepanjangan, dan apabila sukses biasanya sering disebut-sebut yang mungkin ada perkataan yang tidak baik.

Pinjaman dari bank atau orang tertentu

Apabila meminjam kepada pihak lain sebaiknya dikembalikan sebelum jatuh tempo sehingga kepercayaan akan sangat tinggi dari pihak pemilik modal. Pinjaman jangka pendek biasanya hanya satu tahun, sedangkan pinjaman jangka panjang bisa lima tahun atau lebih. Untuk pembayaran atau hutang ini sebaiknya dari laba yang diperoleh.

Jual saham

Sekarang sudah lumrah seorang pengusaha mengajak teman atau keluarga untuk buka usaha dengan modal bersama kemudian modal tersebut dialokasikan dalam kepemilikan saham dengan persentase tertentu. Cara ini memudahkan usaha karena dana tersebut bukan pinjaman, tetapi penyertaan modal dan mereka berhak untuk memperoleh laba sebagai keuntungan atas uang mereka yang ditanamkan.

Dana bantuan pemerintah

Kalau kita jeli mengikuti kebijaksanaan pemerintah maka ada dana pemerintah yang diberikan sebagai bantuan modal. Hal ini melalui Kementerian BUMN, UKM, serta perbankan.

Pengertian masing-masing modal dilihat dari sumber asalnya dapat diuraikan sebagai berikut:

Modal Sendiri

Modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik perusahaan dengan cara mengeluarkan saham. Saham yang dikeluarkan perusahaan dapat dilakukan secara tertutup atau terbuka. Keuntungan menggunakan modal sendiri untuk membiayai suatu usaha adalah tidak adanya beban biaya bunga, tetapi hanya akan membayar biaya dividen. Pembayaran dividen dilakukan apabila perusahaan memperoleh keuntungan dan besarnya dividen tergantung dari keuntungan perusahaan. Kemudian, tidak ada kewajiban untuk mengembalikan modal yang telah digunakan. Kerugian menggunakan modal sendiri adalah jumlahnya sangat terbatas dan relatif sulit untuk memperolehnya.

Bagi perusahaan yang sudah atau sedang berjalan, modal selain berupa saham dapat juga diambil dari cadangan laba atau laba yang belum dibagi. Namun, modal ini hanya dapat digunakan perusahaan untuk sementara waktu. Untuk usaha tertentu, seperti yayasan dapat menggunakan modal sumbangan atau hibah dari pihak lainnya.

Modal Asing (Pinjaman)

Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Penggunaan modal pinjaman untuk membiayai suatu usaha akan menimbulkan beban biaya bunga, biaya administrasi, serta biaya lainnya yang besarnya relatif. Pengguna modal pinjaman mewajibkan pengembalian pinjaman setelah jangka waktu tertentu.

Keuntungan modal pinjaman adalah jumlahnya yang tidak terbatas, artinya tersedia dalam jumlah banyak. Disamping itu, dengan menggunakan modal pinjaman biasanya timbul motivasi dari pihak manajemen untuk mengerjakan usaha dengan sungguh-sungguh.

Sumber dana dari modal asing dapat diperoleh dari:

1. Pinjaman dari dunia perbankan, baik dari perbankan swasta, pemerintah, maupun perbankan asing.
2. Pinjaman dari lembaga keuangan seperti perusahaan pegadaian, asuransi, leasing, dana pensiun, koperasi atau lembaga pembiayaan lainnya.
3. Pinjaman dari perusahaan nonkeuangan.

Pinjaman ada yang jangka pendek dan ada yang jangka panjang. Pinjaman jangka pendek harus digunakan untuk yang langsung menghasilkan penjualan, misalnya, membeli bahan baku atau dana marketing sehingga pinjaman tersebut dapat segera dikembalikan secepatnya.

Sedangkan pinjaman jangka panjang yang kurun waktunya lebih dari lima tahun, pembayaran cicilan ini dibayar dari hasil keuntungan yang diperoleh. Pengusaha harus memastikan bahwa uang kas tersedia untuk kebutuhan jangka pendek, mulai dari membayar hutang, biaya produksi, gaji, promosi, dan sebagainya. Untuk itu, kebutuhan dana tersebut sudah dipersiapkan mulai dari kebutuhan harian, mingguan, bulanan, dan kebutuhan investasi jangka panjang. Sumber-sumber dananya harus diupayakan baik dari keuntungan maupun dari pinjaman.

Jenis-Jenis Modal Usaha

Seperti yang dijelaskan sebelumnya terdapat beberapa modal yang dapat digunakan untuk kegiatan usaha. Pada dasarnya, kebutuhan modal untuk melakukan usaha terdiri dari dua jenis:

1. Modal investasi
2. Modal kerja

Kedua jenis modal ini berbeda, baik dalam penggunaannya maupun jangka waktunya.

Modal investasi digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang. Biasanya umurnya lebih dari satu tahun. Sementara modal kerja digunakan untuk jangka pendek dan beberapa kali pakai dalam satu proses produksi. Jangka waktu modal kerja biasanya tidak lebih dari satu tahun.

Penggunaan utama modal investasi jangka panjang adalah untuk membeli aktiva tetap, seperti tanah, bangunan atau gedung, mesin-mesin, peralatan, kendaraan, serta inventaris lainnya. Modal investasi merupakan porsi terbesar dalam komponen pembiayaan suatu usaha dan biasanya dikeluarkan pada awal perusahaan didirikan atau untuk perluasan pabrik. Modal investasi biasanya diperoleh dari modal pinjaman berjangka waktu panjang (lebih dari satu tahun). Pinjaman ini biasanya diperoleh dari dunia perbankan.

Setelah kebutuhan modal investasi terpenuhi, selanjutnya adalah pemenuhan kebutuhan modal kerja. Modal kerja yaitu modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan pada saat perusahaan sedang beroperasi. Jenis modalnya bersifat jangka pendek, biasanya hanya digunakan untuk sekali atau beberapa kali proses produksi. Modal kerja digunakan untuk keperluan membeli bahan baku, membayar gaji karyawan, dan biaya pemeliharaan serta biaya-biaya lainnya.

Modal kerja juga dapat diperoleh dari modal pinjaman bank (biasanya maksimal seetahun). Biasanya dunia perbankan dapat membiayai modal investasi dan modal kerja baik secara bersamaan maupun sendiri-sendiri (tergantung kebutuhan dan permintaan nasabah).

Pertimbangan Ketika Hendak Menentukan Modal

Beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan apabila ingin memperoleh suatu modal adalah sebagai berikut:

Tujuan Perusahaan atau UKM

Perusahaan atau UKM perlu mempertimbangkan tujuan penggunaan pinjaman tersebut, apakah untuk modal investasi atau modal kerja, apakah sebagai modal utama atau hanya sekedar modal tambahan, apakah untuk kebutuhan yang mendesak atau tidak.

Masa Pengembalian Modal

Dalam jangka waktu tertentu pinjaman tersebut harus dikembalikan kekreditor (bank). Bagi perusahaan jangka waktu pengambilan investasi juga perlu dipertimbangkan sehingga tidak menjadi beban perusahaan dan tidak mengganggu cash flow perusahaan. Sebaiknya jangka waktu pinjaman disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

Biaya yang Dikeluarkan

Faktor biaya yang harus dikeluarkan harus dipertimbangkan secara matang, misalnya biaya bunga, biaya administrasi, atau biaya lainnya. Hal ini penting karena biaya merupakan komponen produksi yang akan menjadi beban perusahaan dalam menentukan harga jual dan laba. Besarnya tingkat suku bunga dan biaya lain yang dibebankan bank atau lembaga keuangan kepada nasabah berbeda-beda antara satu dengan lainnya.

Sebaiknya dipilih bank yang mampu memberikan biaya (bunga dan biaya lainnya) yang paling rendah (kompetitif) bagi perusahaan. Sekali lagi besarnya biaya yang dibebankan akan berakibat pada meningkatnya biaya operasi dan pada akhirnya dapat mengurangi keuntungan.

Perhitungan Keuntungan

Besarnya keuntungan yang akan diperoleh pada masa-masa yang akan datang perlu menjadi pertimbangan. Perhitungan keuntungan diperoleh dari selisih pendapatan dengan biaya dalam suatu periode tertentu. Besar kecilnya keuntungan sangat berperan dalam pengambilan dana suatu usaha. Oleh karena itu, perlu dibuatkan perhitungan pendapatan dan biaya sebelum memperoleh pinjaman modal. Perhitungan pendapatan yang akan diperoleh dimasa yang akan datang perlu diperhitungkan secara teliti dan cermat dengan membandingkan data dan informasi yang ada sebelumnya. Perhitungan biaya-biaya yang akan dikeluarkan selama periode tertentu, termasuk jenis-jenis biaya yang akan dikeluarkan pun perlu dibuat serinci mungkin.

Kelebihan dan Kekurangan Suatu Modal

Baik modal sendiri maupun modal pinjaman masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan, kelebihan dan kekurangan masing-masing modal adalah sebagai berikut:

Kelebihan modal sendiri

- Tidak ada biaya seperti biaya bunga atau biaya administrasi sehingga tidak menjadi beban perusahaan.
- Tidak tergantung pada pihak lain, artinya perolehan dana diperoleh dari setoran pemilik modal.
- Tanpa memerlukan persyaratan yang rumit dan memakan waktu yang relatif lama.

- Tidak ada keharusan pengembalian modal, artinya modal yang ditanamkan pemilik akan tertanam lama dan tidak akan ada masalah seandainya pemilik modal mau mengalihkan ke pihak lain.

Kekurangan modal sendiri

- Jumlahnya terbatas, artinya untuk memperoleh dalam jumlah tertentu sangat tergantung dari pemilik dan jumlahnya relatif terbatas.
- Perolehan dari modal sendiri dalam jumlah tertentu dari calon pemilik baru (calon pemegang saham baru) relatif lebih sulit karena mereka akan mempertimbangkan kinerja dan prospek usahanya.
- Kurang motivasi, artinya memiliki usaha yang menggunakan modal sendiri motivasi usahanya lebih rendah dibandingkan dengan menggunakan modal asing.

Kelebihan modal pinjaman

- Jumlahnya tidak terbatas, artinya perusahaan dapat mengajukan modal pinjaman ke berbagai sumber. Selama dana yang diajukan perusahaan layak, perolehan dana tidak terlalu sulit. Banyak pihak perusahaan menawarkan dananya ke perusahaan yang dinilai memiliki prospek cerah.
- Motivasi usaha tinggi. Hal ini merupakan kebalikan dari menggunakan modal sendiri. Jika menggunakan modal asing, motivasi pemilik untuk memajukan usaha tinggi, ini disebabkan adanya beban bagi perusahaan untuk mengembalikan pinjaman. Selain itu, perusahaan juga berusaha menjaga image dan kepercayaan perusahaan yang memberi pinjaman agar tidak tercemar.

Kekurangan modal pinjaman

Dikenakan berbagai biaya seperti bunga dan biaya administrasi. Pinjaman yang diperoleh dari lembaga lain sudah pasti berbagai kewajiban untuk membayar jasa, seperti bunga, biaya administrasi, materai dan asuransi. Harus dikembalikan. Modal asing wajib dikembalikan dalam jangka waktu yang sudah disepakati. Hal ini bagi perusahaan yang sedang mengalami likuiditas merupakan beban yang harus ditanggung. Beban moral. Perusahaan yang mengalami kegagalan atau masalah yang mengakibatkan kerugian akan berdampak terhadap pinjaman sehingga akan menjadi beban moral atas hutang yang belum atau akan dibayar.

Kelebihan modal campuran

Dapat mengatur komposisi modal yang diperlukan secara seimbang. Artinya, persentase modal pinjaman disesuaikan dengan kebutuhan atas kekurangan modal sendiri. Modal ada yang bisa dilihat, dirasakan, dan dipegang, atau disebut modal tangible. Ada modal yang tidak bisa dilihat, dirasakan, dan dipegang seperti modal keberanian, kemauan, dan tekad.

Modal usaha adalah segala sesuatu yang pertama kali dikeluarkan digunakan untuk membiayai pendirian perusahaan (pra-investasi), mulai dari persiapan yang diperlukan sampai perusahaan tersebut berdiri (memiliki badan usaha). Besarnya modal yang diperlukan tergantung dari jenis usaha yang akan digarap. Hal lain yang mempengaruhi besarnya modal adalah jangka waktu usaha atau jangka waktu perusahaan menghasilkan produk yang diinginkan.

Sumber modal secara garis besar terbagi menjadi dua yaitu, modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik perusahaan dengan cara mengeluarkan saham. Dan modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman.

Kebutuhan modal untuk melakukan usaha terdiri dari dua jenis: modal investasi digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang. modal kerja digunakan untuk jangka pendek dan beberapa kali pakai dalam satu proses produksi.

Beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan apabila ingin memperoleh suatu modal adalah sebagai berikut: tujuan perusahaan, masa pengembalian modal, biaya yang dikeluarkan, dan perhitungan keuntungan. Baik modal sendiri maupun modal pinjaman masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan.

Sumber Modal Untuk Mendirikan Usaha

Sumber Modal Untuk Mendirikan Usaha, Modal dalam mendirikan suatu usaha sangatlah penting, karena modal tidak hanya diartikan sebagai uang, akan tetapi bisa juga modal keahlian ataupun pengalaman. Namun dalam hal ini yang kita bahas adalah sumber modal/ dana untuk mendirikan usaha/ bisnis.

Perlu kita ketahui, bahwa lebih dari 90% orang kaya mempunyai suatu bisnis/ usaha, tentu saja usaha mereka dibangun mulai dari bawah/ nol, artinya mereka pun merintis usaha dengan menggunakan modal minim atau seadanya. Rahasia kesuksesan mereka berawal dari modal minim tersebut. Hasil yang mereka peroleh tidak untuk digunakan untuk bersenang-senang, akan tetapi mereka terus mengembangkan jaringan bisnis mereka, sehingga tersebar dimana-mana.

Lha terus bagaimana seandainya saya mempunyai impian untuk memiliki usaha, akan tetapi modal/ keuangan masih minim...? Jangan khawatir, sebenarnya ada banyak sekali sumber modal untuk mendirikan usaha,

8 sumber modal usaha yaitu :

Modal Sendiri

Coba sejenak mengingat barang-barang yang sudah Anda miliki, seperti handphone, sepeda motor, perhiasan, barang elektronik, tabungan, dll. Bisa Anda gunakan sebagai jaminan untuk meminjam dana, ataupun bisa Anda gadaikan atau dijual untuk mendapatkan modal.

Pinjam Teman/ Saudara

Syukur2 kita mempunyai teman yang baik, yang bersedia meminjamkan dana, ataupun kita memiliki saudara atau Orang tua yang tajir, sehingga kita bisa lebih mudah untuk mendapatkan modal, keuntungan yang lain jika kita meminjam dana dari keluarga yaitu tidak banyak persyaratan, tanpa bunga, dan jangka waktu lebih flexible.

Modal Kerjasama Dengan Pihak Lain

Kita melibatkan pihak lain yang memiliki sejumlah saham sebagai modal usaha kita. Biasanya kita mempunyai kesepakatan dengan orang tersebut dan memperhatikan apa yang diinginkannya.

Lembaga Non Formal

Sebagian dari kegunaan pembentukan suatu perkumpulan adalah sebagai sumber modal. Kita bisa ikut serta dalam kegiatan seperti arisan untuk mendapatkan modal secara bergantian, juga dana dari PKK, pengajian, organisasi, dll

Kemitraan

Ada 2 macam kemitraan yang bisa Anda jadikan sumber modal :

Kemitraan Investor : kita bekerjasama dengan orang yang punya modal, tetapi dia tidak bisa usaha/ berbisnis. Dia punya dananya, kita punya ilmunya.

Kemitraan Pemasok : membeli barang dari pemasok dan melakukan pembayaran di kemudian hari.

Pegadaian

Menggadaikan barang berharga untuk mendapatkan modal. Kita perlu membawa barang yang akan kita gadai untuk mendapatkan pinjaman. Di pegadaian proses cepat dan mudah.

Lembaga Non Bank

Dengan menjadi anggota koperasi, kita bisa memperoleh dana pinjaman sesuai barang yang dijaminkan. Pada LKM (Lembaga Keuangan Mikro) tidak memerlukan agunan, dan pinjaman bisa negosiasi.

Bank

Besar kecil jumlah pinjaman di bank bisa sesuai dengan keinginan kita, akan tetapi ada persyaratan yang harus kita penuhi

Jika melihat 8 sumber modal diatas, sekarang tergantung Anda, ingin mendapatkan sumber modal untuk menjalankan usaha dari mana? Anda sendirilah yang menentukan, tapi bagi saya, yang lebih mudah adalah modal sendiri dan modal dari teman, saudara dan orang tua.

7 Alasan Memilih Berwirausaha

Siapa pun bisa menjadi pengusaha/ wirausaha. Untuk menjadi wirausaha tidak harus modal melulu yang menjadi kendala, itu hanyalah sebuah alasan. Yang penting ada kemauan yang kuat, pastilah ada saja jalan yang bisa kita tempuh dalam menggapai impian. Memiliki usaha sendiri bisa kita lakukan dengan modal minim dulu, dengan seiring waktu, usaha yang kita jalankan secara konsisten pasti akan berkembang, hingga balik modal. Untuk mendapatkan contoh gambaran, saat ini banyak sekali peluang berwirausaha, yang tersebar dimana-mana. Tapi disini saya akan menuliskan 7 alasan yang mendorong seseorang untuk memilih berwirausaha :

Ingin Cepat Kaya

Pelaku wirausaha adalah mereka yang mencari masa depan yang lebih baik, sedangkan karyawan adalah mereka yang mencari rasa aman, ” Jangan mau seumur hidup menjadi orang gajian!” kata Valentino Dinsi. Artinya, kalau mau kaya jangan hanya mengandalkan gajian. Karena sekaya-kayanya orang gajian, masih lebih kaya lagi orang yang memberi gaji.

Tidak Ingin Terikat/ Diatur Orang Lain

Dengan usaha sendiri, kita bebas mengatur kerja kita sendiri dan tidak menghabiskan sebagian waktu kita untuk mendapat perintah dan tekanan orang lain.

Bisa Mewujudkan Mimpi Dan Kreatifitas

Ketika kita sudah memiliki suatu usaha milik sendiri, maka hasil yang kita peroleh bisa untuk lebih mengembangkan usaha kita, dengan memberikan ide-ide yang timbul dari hasil pemikiran kita sendiri. Karena kita telah memiliki waktu yang sangat luang yang tidak dimiliki disaat menjadi karyawan.

Keadaan Kepepet/ Terdesak

Apa yang akan Anda lakukan ketika tidak ada penghasilan lagi, seperti disaat terkena PHK. Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, mau tidak mau maka Anda pasti akan segera berpikir untuk membuat usaha sendiri, karena kadang terlalu lama untuk mencari

lowongan baru lagi. Sehingga keadaan inilah yang membuat kita secara mendadak menjadi pengusaha/ wirausaha.

Penghasilan Tidak Terbatas

Disaat menjadi pengusaha, kita adalah bos dan karyawan dari usaha yang kita kelola sendiri, tidak terikat waktu dan aturan. Kita bisa mendapatkan penghasilan dalam jumlah yang sangat besar, bahkan tidak terbatas.

Ingin Mandiri

Ini usaha kita, hasil jerih payah kita, hasilnya juga milik kita. Jadi kita sendiri yang pegang kendali. Kitalah yang menjadi penentu kesuksesan dan keberhasilan usaha yang kita jalankan.

Memperoleh Kepuasan Dan Kebanggaan Tersendiri

Dengan membuka usaha sendiri, apalagi sampai berkembang (cabang dimana-mana), hingga memiliki karyawan yang banyak, dan penghasilan banyak. Pemilik wirausaha akan memperoleh kepuasan dan kebanggaan tersendiri.

2.7. Pengelolaan Modal Kerja Usaha Kecil Menengah

2.7.1. PENDAHULUAN

Manajemen Permodalan adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan teknik investasi modal dan pencarian sumber-sumber modal secara efektif dan efisien. Hal yang sangat penting dalam kelancaran melakukan kegiatan usaha atau perusahaan adalah bagaimana mengelola keuangan usaha, perusahaan agar lancar, mendatangkan manfaat jangka panjang. Beberapa permasalahan yang berhubungan dengan pengelolaan keuangan adalah sebagai berikut:

1. Berapadana yang dibutuhkan untuk menjalankan perusahaan?
2. Bagaimana cara mendapatkannya?

3. Bagaimana mengalokasikan dana yang terbatas untuk mendatangkan manfaat maksimal?
4. Bagaimana mengatur aktiva (kekayaan) tetap, dan aktiva (kekayaan) lancar?
5. Bagaimana menghitung dan mendistribusikan keuntungan yang diperoleh?
6. Bagaimana mengelola modal kerja?
7. Alat apa yang digunakan untuk mengukur kinerja?

Fungsi pengelolaan keuangan meliputi

1. Cara menginvestasikan atau menggunakan dana,
2. Cara mencari sumber-sumber dana.

Cara Menginvestasikan Dana

Dana merupakan darah segar bagi kelangsungan hidup usaha. Dana dalam perusahaan dapat digunakan untuk membeli bahan, upah buruh, aktiva dan membayar berbagai biaya untuk kegiatan operasional perusahaan. Dana secara umum digunakan pengaturan investasi untuk berbagai aktivitas, seperti:

- a. Kas, sebagai bagian dari modal kerja yang dapat berupa uang tunai dan uang dibank yang pencairannya dapat setiap waktu.

Motivasi memegang uang kas tertentu:

1. Motif aspekulasi dimaksudkan pemegangan uang tunai bertujuan untuk memanfaatkan kesempatan pertama untuk meraih keuntungan. Dengan adanya kas di tangan, maka transaksi per kas pertama yang biasa mendadak dan dalam waktu relatif singkat dan dengan leluasa bisa segera dilakukan.
2. Motif berjaga-jaga dimaksudkan sebagai usaha perusahaan menyediakan uang tunai untuk berjaga-jaga. Motif ini bertujuan untuk menjaga kemungkinan timbulnya hambatan terhadap kontinuitas proses usaha perusahaan.
3. Motif transaksi dimaksudkan untuk menutup transaksi operasional setiap hari yang merupakan rutinitas kegiatan perusahaan. Transaksi pada umumnya dapat ditutup dengan cara tunai dan cara kredit.

- b. Piutang, dimaksudkan sebagai sejumlah tagihan terhadap pi-hak lain akibat transaksi usaha yang disetujui dengan pem-bayaran yang ditunda selama jangka waktu tertentu.

- c. Persediaan barang merupakan jenis investasi modal kerja yang dinamis, baik di perusahaan perdagangan maupun manufaktur. Untuk perusahaan perdagangan jenis persediaan berupa barang dagangan. Untuk perusahaan yang melakukan proses produksi, jenis persediaan dibagi dalam 3 bentuk persediaan, yaitu: (1) bahan mentah , (2) barang sedang dalam proses atau (3) barang jadi.
- d. Mesin, peralatan yang digunakan untuk proses produksi dandiperhitungkan sebagai biaya overhead pabrik.
- e. Gedung dan bangunan
- f. Aktiva tetap lain, seperti tanah.

Cara Mencari Sumber-sumber dana

Dana dalam perusahaan dapat diperoleh dari berbagai sumber pendanaan, baik sumber dana internal maupun sumber dana eksternal seperti:

- a. Modal sendiri, merupakan sejumlah harta pemilik yang diikutsertakan dalam melakukan kegiatan usaha perusahaan. Modal tersebut kelak akan turut diperhitungkan menerima laba dan menanggung kerugian dalam kegiatan usaha apabila rugi.
- b. Hutang jangka pendek merupakan kredit dengan jangka waktu paling lama 12 bulan. Kredit ini sebagian besar berupa kredit perdagangan untuk menggerakkan kegiatan usaha, seperti:
 - 1. Kredit penjual
 - 2. Kredit Pembeli
 - 3. Kredit rekening koran
 - 4. Kredit wesel
 - 5. Kredit promis
- c. Hutang jangka menengah merupakan jenis hutang yang jangka waktunya antara 1-5 tahun.
- d. Hutang jangka panjang kredit dengan jangka waktu lima tahun atau lebih.
- e. Sumber pendanaan lain yang sah, seperti modal ventura, dan lain-lain.

A. MENENTUKAN KEBUTUHAN MODAL USAHA

Pada hakekatnya maslaah pembelajaran atau keuangan adalah menyangkut masalah keseimbangan finansial di dalam perusahaan. Dengan demikian, pembelajaran berarti

(a) mengadakan keseimbangan antara aktiva (pos-pos sebelah debet Neraca) dengan pasiva (pos-pos sebelah kredit Neraca) yang diperlukan perusahaan, dan (b) mencari susunan kualitatif dari aktiva dan pasiva tersebut dengan sebaik-baiknya. Pemilihan susunan kualitatif aktiva akan menentukan “Struktur kekayaan”, dan susunan kualitatif pasiva akan menentukan “Struktur finansial” dan “struktur modal”.

Struktur kekayaan adalah perbandingan antara aktiva lancar dengan aktiva tetap. Aktiva lancar meliputi sejumlah investasi dalam kas/giro bank, persediaan barang, piutang dagang, sedangkan aktiva tetap meliputi investai untuk pengadaan alat perlengkapan, mesin, gedung dan tanah. Struktur keuangan adalah perbandingan antara umlah mdal asing (modal pinjaman/kredit dari para kreditur, baik jangka pendek maupun jangka panjang) dengan jumlah modal sendiri. Struktur modal adalah pembelajaan permanent yang menunjukkan perbandingan antara modal asing jangka panjang (kredit berjangka lebih dari 1 tahun) dengan modal sendiri (modal setoran dari pemilik/pemegang saham). Dalam hubungannya dengan struktur kekayaan dan struktur finansii ini, dikenal adanya “pedoman” struktur finansii konservatif yang didasarkan pada prinsip keamanan yang dapat memberikan perlindungan terhadap kreditur maupun terhadap perusahaan. Aturan fianansial vertika menetapkan bahwa besarnya modal asing tidak beloh melebihi besarnya modal sendiri. koefisien utang yaitu angka perbandingan antara jumlah modal asing dengan modal sendiri tidak melebihi 1:1. Adapun aturan stuktur finansii konservatif yang horisonal memberikan batas imbangan besarnya modal sendiri dengan besarnya aktiva tetap plus persediaan besi minimum 1:1. Artinya keseluruhan “aktiva tetap” dan “persediaan besi (persediaan minimal yang harus ada)” harus sepenuhnya dapat dibiayai dengan modal sendiri. Jadi dalam keadaan normal dapat digambarkan sebagai berikut:

AKTIVA LANCAR	MODAL ASING
AKT. TETAP+PERS. BESI	MODAL SENDIRI

Keterangan:

Aktiva tetap ditambah persediaan besi harus sepenuhnya dapat dibelanjai dengan modal sendiri, karena aktiva tersebut periode perputarannya (masa tertanamnya modal) berjangka panjang, sehingga harus dibiayai dengan dana yang jangka waktu

pengembaliaanya berjangka lebih panjang lagi bahkan tak terbatas waktunya yaitu modal sendiri.

B. MENGELOLA MODAL KERJA

1. Pengertian

Menurut konsep kuantitatif, modal kerja adalah modal yang jangka waktu perputarannya cepat dalam waktu kurang dari satu tahun. Modal kerja sama dengan jumlah seluruh aktiva lancar.

Contoh:

Aktiva lancar :

1. Kas	Rp. 75.000, -
2. Bank	Rp 125.000, -
3. Piutang dagang	Rp 150.000, -
4. Persediaan	<u>Rp 200.000, -</u>
Modal	Rp 550.000, -

Modal kerja dalam perusahaan dapat dibedakan menjadi 2:

- Modal kerja permanen yaitu modal kerja yang harus tetap ada pada perusahaan untuk menjaga Kelancaran usaha.
- Modal kerja variabel, yaitu modal kerja yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan perubahan Keadaan, missal berubah-ubah karena musim.

2. Cara menghitung besarnya kebutuhan modal kerja

Untuk menghitung besarnya kebutuhan modal kerja ideal dalam rangka menjamin kontinyuitas operasi bisnis, dapat digunakan sbb:

Modal kerja minimum =

Periode perputaran pengeluaran dana kas x pengeluaran tiap-tiap hari + modal kerja minimal yang harus ada

3. Periode Perputaran Modal Kerja:

Periode perputaran modal kerja adalah jangka waktu berubahnya uang menjadi barang atau piutang sampai kembali lagi menjadi uang.

Contoh:

Dalam memenuhi permintaan 1000 kursi kuliah di UNY, UD. Sami Agung memerlukan waktu :

- a. Jangka waktu lamanya pengadaan bahan baku = 15 Hari
 - b. Jangka waktu lamanya proses produksi = 30 hari
 - c. Jangka waktu lamanya barang di gudang = 10 hari
 - d. Jangka waktu piutang pada konsumen = 30 hari
- Periode perputaran modal kerja = 85 hari

Sedangkan pengeluaran biaya dan pengeluaran lainnya tiap-tiap hari terdiri dari :

- a. Pembayaran biaya bahan-bahan Rp 500.000, -
 - b. Pembayaran upah kerja Rp 400.000, -
 - c. Pembayaran konsumsi, dan gaji Rp. 300.000, -
- Jumlah pengeluaran per hari Rp 1.200.000, -

Kas minimal di brankas/bank) ditetapkan sebesar Rp. 5.000.000, -

Jadi kebutuhan modal kerja = $(85 \times \text{Rp } 1.200.000) + \text{Rp } 5.000.000$
 $= \text{Rp } 107.000.000, -$

4. Investasi Pada Kas

Uang kas diperlukan bagi perusahaan untuk membiayai operasi perusahaan sehari-hari mampu untuk mengadakan investasi baru dalam aktiva tetap. Pengeluaran kas (aliran kas keluar) ini bisa meliputi pembayaran untuk :

- a. Pembelian bahan
- b. Pembayaran upah buruh
- c. Pembayaran gaji pimpinan pabrik
- d. Pembeli mesin baru
- e. Pembayaran bunga utang
- f. Membayar dividen pada pemegang saham
- g. Membayar angsuran utang
- h. Membayar biaya penjualan
- i. Membayar biaya administrasi dan umum
- j. Membayar biaya promosi

Sepertihalnya aliran kas keluar, perusahaan juga menerima aliran kas masuk yang terdiri dari:

- a. Hasil penjualan produk secara tunai
- b. Hasil penerimaan piutang
- c. Penyertaan modal dari pemilik
- d. Hasil penjualan saham
- e. Penerimaan kredit dari bank
- f. Penjualan alat dan mesin dan aktiva tetap lain yang tak berguna

Kelebihan kas masuk terhadap kas keluar merupakan saldo kas yang tertahan dalam perusahaan (surplus kas).

5. Penentuan persediaan Kas Minimal (Kas Besi)

Makin besar uang kas yang tersedia, berarti perusahaan makin likuid (mampu membayar) tetapi juga berarti semakin banyak uang yang menganggur di brankas, sehingga akan memperkecil profitabilitas/laba perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan hanya mengejar profitabilitas dengan memutar uang yang ada di brankas, akan mengakibatkan perusahaan ilikuid (tidak mampu membayar) pada saat ada tagihan. Oleh karena itu jumlah kas ideal harus diupayakan. Standar ideal jumlah persediaan uang yang harus ada, menurut H. G. Guthmann seperti dikutip Bambang Riyanto (1998), menyatakan bahwa jumlah kas dalam perusahaan manufaktur yang “Well Finance” adalah sebesar 5% s.d 10% dari jumlah aktiva lancar. Investasi Dalam Piutang Dagang

Dalam rangka mendorong volume penjualan, biasanya perusahaan menjual produknya secara kredit. Penjualan secara kredit ini akan menimbulkan adanya “Piutang dagang”. Manajemen piutang merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan yang menjual produknya secara kredit. Manajemen piutang ini meliputi:

- a. Pengendalian pemberian piutang
- b. Pengendalian penagihan piutang
- c. Evaluasi terhadap politik penjual kredit

Dalam pemberian piutang yang perlu diperhatikan adalah risiko kredit tidak terbayar, jangka waktu harus dilunasi, dan tingkat kemampuan konsumen yang

akan diberi fasilitas pembelian secara kredit. Jumlah piutang dagang sebaiknya diusahakan agar periode perputarannya pendek. Semakin cepat periode perputaran piutang berarti bahwa piutang segera terlunasi dan hal ini berarti bahwa investasi pada piutang sangat efisien.

6. Investasi Dalam Piutang Dagang

Dalam rangka mendongkrak volume penjualan, biasanya perusahaan menjual produknya secara kredit. Penjualan secara kredit ini akan menimbulkan adanya “Piutang dagang”. Manajemen piutang merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan yang menjual produknya secara kredit. Manajemen piutang ini meliputi:

- a. Pengendalian pemberian piutang
- b. Pengendalian penagihan piutang
- c. Evaluasi terhadap politik penjual kredit

Dalam pemberian piutang yang perlu diperhatikan adalah risiko kredit tidak terbayar, jangka waktu harus dilunasi, dan tingkat kemampuan konsumen yang akan diberi fasilitas pembelian secara kredit. Jumlah piutang dagang sebaiknya diusahakan agar periode perputarannya pendek. Semakin cepat periode perputaran piutang berarti bahwa piutang segera terlunasi dan hal ini berarti bahwa investasi pada piutang sangat efisien.

Jumlah Penjualan kredit

Tingkat perputaran piutang = ... kali.

Piutang rata-rata per tahun

7. Investasi Pada Persediaan

Masalah penentuan besarnya investasi modal dalam persediaan mempunyai efek yang langsung terhadap keuntungan perusahaan. Kesalahan dalam penetapan jumlah investasi dalam perusahaan akan memperkecil keuntungan usaha. Sebaliknya adanya investasi yang terlalu kecil juga akan merugikan perusahaan karena kurangnya persediaan bahan baku misalnya akan mengakibatkan perusahaan tidak bisa bekerja dengan kapasitas penuh sehingga terdapat kapasitas menganggur yang akan mempertinggi biaya produksi. Oleh karena itu pengusaha harus menentukan jumlah investasi pada persediaan yang ideal (normal). Menurut

Weston dan Brigham, besarnya persediaan pada pada umumnya = 12% s.d. 20% dari Jumlah Penjualan, atau 16% s.d. 30% dari Total Aktiva.

Menentukan persediaan minimal.

Yaitu persediaan yang harus ada untuk menjaga agar kelancaran usaha dapat terjamin. Persediaan minimal biasanya ditentukan dengan pada tingkat di mana tambahan biaya simpan sama besarnya dengan biaya ekstra karena kehabisan bahan. Biasanya persediaan besi ditetapkan berdasarkan pengalaman dan antisipasi masa depan. Contoh: persediaan pengaman = 10 % dari penjualan.

8. 8. Investasi Pada Aktiva Tetap

Investasi pada aktiva tetap seperti investasi untuk pembelian mesin, pembangunan gedung dan pembelian tanah merupakan investasi jangka panjang, karena baru akan diterima kembali dalam waktu beberapa tahun secara berangsur-angsur melalui depresiasi (penyusutan nilai aktiva).

Contoh:

Perusahaan membeli mesin oven seharga Rp 1.000.000, - dengan masa penggunaan selama 5 tahun. Pada akhir tahun ke 5 mesin tersebut sudah tak bisa dipakai lagi sehingga nilai residunya sama dengan Rp 0,- . Dengan metode garis lurus, maka besarnya penyusutan nilai mesin adalah: $\frac{1}{5}$ Rp 1.000.000 = Rp 200.000, -/tahun

Agar investasi pada aktiva tetap (mesin, gedung dll) dapat efisien, maka setiap usulan investasi harus dinilai kelayakannya dengan membandingkan antara:

- a. Aliran kas keluar investasi
- b. Aliran kas masuk

C. Mengelola Modal Kerja

Dan memahami bagaimana mengelola kas dengan efektif membutuhkan pengetahuan dan siklus modal kerja. Modal kerja bersih terutama terdiri dari tiga aktiva yaitu kas, piutang dan persediaan dikurangi dua sumber utang jangka pendek yaitu utang usaha dan akrual (Longenecker, et.all, 2000). Langkah-langkah dalam siklus modal kerja yaitu:

1. Membeli atau memproduksi persediaan untuk penjualan, yang meningkatkan utang usaha, mengasumsikan pembelian tersebut merupakan pembelian kredit dan meningkatkan persediaan di tangan.
2. Menjual persediaan untuk kas, yang meningkatkan kas atau menjual persediaan secara kredit, yang meningkatkan piutang usaha.
3. Membayar utang usaha, yang mengurangi utang usaha, dan mengurangi kas. Membayar biaya operasi dan pajak, yang mengurangi kas
4. Mengumpulkan piutang usaha ketika dilunasi, yang mengurangi piutang usaha dan meningkatkan kas.
5. Memulai siklus kembali.

Identifikasi masalah penting dalam mengelola arus kas suatu perusahaan:

1. Arus kas suatu perusahaan terdiri dari kas yang mengalir ke dalam bisnis dan arus kas yang keluar dari bisnis.
2. Perusahaan kecil yang menguntungkan kadang menghadapi permasalahan arus kas karena gagal memahami siklus modal kerja atau gagal dalam antisipasi akibat negatif pertumbuhan.
3. Arus kas masuk dan keluar direkomendasikan dalam anggaran kas: peramalan, penerimaan dan pengeluaran kas.

Masalah-masalah utama dalam pengelolaan piutang usaha, persediaan dan utang usaha:

1. Menghadihkan kredit kepada konsumen terutama keputusan pemasaran, secara langsung mempengaruhi rekening kas suatu perusahaan.
2. Perusahaan dapat memperbaiki arus kas dengan mempercepat pengumpulan dari konsumen, meminimalkan persediaan dan menunda pembayaran pada para penyalur.
3. Beberapa bisnis berskala kecil mempercepat arus kas dari piutang usaha dengan meminjam uang dan menggunakan piutang sebagai jaminan usaha.
4. Usaha yang diselenggarakan atas tujuan bersama untuk mengelola persediaan dapat memotong kelebihan persediaan dan membebaskan kas untuk kegunaan lain.
5. Utang usaha, suatu sumber utama pendanaan untuk perusahaan kecil, secara langsung mempengaruhi situasi arus kas suatu perusahaan.

2.8. Pajak Penghasil (PPh) Final 1% Untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah

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 milyar 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 milyar 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 milyar 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 penggalan 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 elektronik 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 milyar 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 iktikad 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'.

f. Cara Melaporkan SPT Tahunan Pajak UMKM

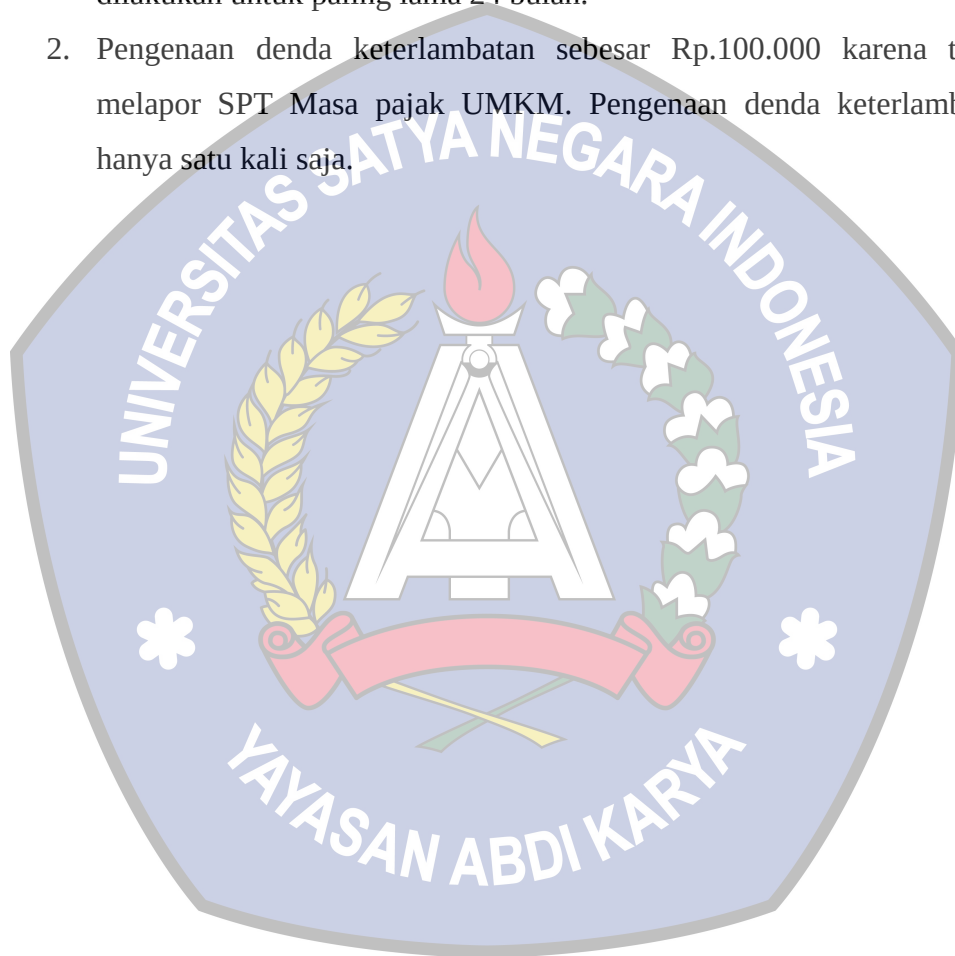
Ada berbagai cara untuk melaporkan SPT Tahunan Pajak UMKM ke Kantor Pelayanan Pajak. Cara-cara tersebut adalah:

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 dilekati 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.

g. 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 RT006/01 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan. Waktu pelatihan selama 5 (lima) bulan, yaitu mulai Oktober 2016 sd Pebruari 2017, yang meliputi kegiatan mulai dari persiapan, pencarian data, dan informasi peserta, pelaksanaan penyuluhan sampai dengan penyusunan laporan kegiatan P2M.

3.2. Inventarisasi Peserta

Sebelum melakukan penyuluhan terlebih dahulu menginventarisasi peserta dengan cara mempelajari data demografis RT006/01 Kelurahan Grogol Selatan Kecamatan Kebayoran Lama Kotamadya Jakarta Selatan. Dari kegiatan inventarisasi ini akan diperoleh beberapa hal penting, antara lain gambaran umum penduduk yang meliputi usia, pendidikan, dan pekerjaan. Hasil inventarisasi ini akan menjelaskan profil peserta penyuluhan. Penyuluhan ini akan diikuti 20 pedagang kecil yang berada di lingkungan RT006/01 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan.

3.3. Metodologi Penyuluhan

1) Penyuluhan ini akan dilakukan dengan metode ceramah dimana peserta akan diberikan penjelasan baik secara teori dan ilustrasi yang relevan dengan topik.

2) 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) Pemberdayaan Pegusaha 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.

4) Pengusaha Kecil dan Menengah Binaan

Pendekatan ini dilakukan adalah membuat suatu kerjasama yang berkesinambungan 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.

3.4. Pelaksanaan Penyuluhan

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 pajak penghasilan UKM.

c. Tahap Akhir

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

3.5. Analisis Data

a. 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.

b. Analisis Deskriptif

Analisis pendahuluan dengan menggunakan statistic, yaitu mendiskripsikan data-data masing-masing variabel secara partial. Statistik deskriptif yang digunakan

adalah rata-rata, modus nilai yang sering muncul), median (nilai tengah), standar deviasi, variansi, frekuensi, dan histogram.

c. 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. Sedangkan untuk melakukan analisis deskriptif dan uji hipotesisi digunakan software SPSS versi 22,0

3.6. Uji Hipotesis

Data yang sudah dikumpulkan dan dianalisis kemudian dilakukan uji hipotesis, yaitu dengan menggunakan Uji Beda (*T Test*) atau Uji Perbandingan Dua Rata-rata (*Paired Samples Test*), yaitu menganalisis perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan, yang meliputi *Paired Samples Statistics*, *Paired Samples Correlations*, dan *Paired Samples Test*

a. *Paired Samples Statistics*

Paired Samples Statistics menjelaskan tentang statistik data dari sampel berpasang-pasangan, yaitu kemampuan rata-rata sebelum mengikuti penyuluhan dan sesudah penyuluhan.

b. *Paired Samples Correlations*

Paired Samples Correlations menjelaskan seberapa besar hubungan antara kemampuan peserta sebelum penyuluhan dengan sesudah penyuluhan.

c. *Paired Samples Test*

Paired Samples Test menjelaskan tentang hasil uji sampel berpasangan apakah signifikan atau tidak, dengan memperhatikan nilai signifikansi (Sig 2-tailed) sebesar 0,000 nilainya kurang dari 0,05. maka kesimpulannya ada perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.

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 RT010/01 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 sesi 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 RT010/01 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 RT010/01 Grogol Selatan Kebayoran 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	4	26,66%
2	31-40 Tahun	6	40,00%
3	> 40 Tahun	5	33,33%
Total		15	100,00%

Sumber: Data diolah 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa usia responden 20-30 tahun yaitu sebanyak 4 orang atau 26,66%, diikuti dengan usia responden 31-40 tahun sebanyak 6 orang atau 40,00%, dan di atas 40 tahun sebanyak 5 orang atau 33,3%. Artinya jika dilihat dari segi usia bahwa pedagang kecil ini hampir merata di semua umur antara 20 sampai dengan 50 tahun, sehingga dalam melaksanakan usahanya masih memiliki semangat energik yang tinggi.

4.2.3. Karakteristik Peserta Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan seringkali dipandang sebagai satu kondisi yang mencerminkan kemampuan seseorang mengelola usahanya terutama dalam menghitung dan/atau merencanakan usahanya termasuk pengeluaran dan penerimaannya. Penyajian data peserta berdasarkan pendidikan adalah sebagaimana terlihat pada tabel di bawah berikut ini:

Tabel 4.2
Status Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD atau sederajat	0	0,00%
SMP atau sederajat	3	20,00%
SMA atau sederajat	11	73,33%
S1 atau sederajat	1	6,67%
Total	15	100%

Sumber: Data Diolah 2016

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan data bahwa jumlah peserta untuk pendidikan SD atau sederajat tidak ada atau 0,00%, untuk pendidikan SMP atau sederajat sebanyak 3 orang atau 20,00%, untuk pendidikan SMA atau sederajat sebanyak 11 orang atau 73,33 %, dan kelompok peserta yang berpendidikan S1 atau sederajat 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.

4.3. 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.

c. 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	0	2	5	7	1
2.	Apakah Anda memahami factor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	0	0	5	8	2
3.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen.	0	2	6	6	1
4.	Apakah Anda memahami factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.	0	1	6	6	2
5.	Apakah Anda memahami bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen.	0	1	6	8	0
	JUMLAH	0	6	28	35	6
	PERSENTASI	0%	8%	37%	47%	8%

Sumber: Data diolah 2017

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 47%, diikuti dengan cukup memahami 37%, memahami 8%, dan masih terdapat 6 orang atau 8% yang sangat kurang memahami, dan sebaliknya belum ada peserta yang sangat memahami pengelolaan usaha kecil dan menengah. Maka pelaksanaan penyuluhan tentang memahami perilaku konsumen sangat tepat dilaksanakan bagi para pedagang kecil yang berada di RT010/001 Grogol Selatan.

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 4.4:
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	2	11	2	0	0
2.	Apakah Anda memahami factor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	2	8	5	0	0
3.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen.	2	11	2	0	0
4.	Apakah Anda memahami factor-Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.	3	9	3	0	0
5.	Apakah Anda memahami bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen.	1	10	4	0	0
	JUMLAH	10	49	16	0	0
	PERSENTASE	13%	66%	21%	0%	0%

Sumber: Data diolah 2017

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa peserta sesudah mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman terhadap perilaku konsumen, yaitu pada tingkat memahami sebanyak 66%, diikuti dengan cukup memahami 21% dan sisanya sangat memahami 13%. dan 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 4.5:
KEBERHASILAN PENYULUHAN
PELATIHAN MEMAHAMI PERILAKU KONSUMEN

No	Kemampuan	Sebelum Penyuluhan	Sesudah Penyuluhan	Perubahan
1.	A = Sangat Memahami	0%	13%	+13%
2.	B = Memahami	8%	66%	+58%
3.	C = Cukup Memahami	37%	21%	-16%
4.	D = Kurang Memahami	47%	0%	-47%
5.	E = Sangat Kurang Memahami	8%	0%	-8%

Sumber: Data Diolah 2017

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT010/01, Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan sesudah mengikuti penyuluhan memahami perilaku konsumen meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahami (A) naik sebesar +13%, memahami (B) naik sebesar +58%, sedangkan cukup memahami (C) turun sebesar -16%, dan yang kurang memahami (D) turun sebesar -47%, dan sangat kurang memahami turun -8%. Artinya setelah mengikuti penyuluhan pedagang kecil tidak ada lagi yang kurang

memahami perilaku konsumen (0%) dan sangat kurang memahami perilaku konsumen (0%).

Peningkatan kemampuan pedagang kecil dalam memahami perilaku konsumen dapat dibandingkan, yaitu jika kemampuan pedagang kecil sebelum pelatihan pada umumnya berada pada tingkat kurang memahami (47%) sedangkan kemampuan pedagang kecil sesudah mengikuti pelatihan pada umumnya berada pada tingkat memahami (66%). Jadi dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan penyuluhan **BERHASIL Meningkatkan pemahaman dan kemampuan Memahami Perilaku Konsumen.**

4.4. 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 4.6:
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	0	7	4	2	2
2.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan komunikasi.	0	6	5	3	1
3.	Apakah Anda memahami bagaimana melayani pelanggan melalui komunikasi.	0	4	6	3	2
4.	Apakah Anda memahami bagaimana menangani keluhan pelanggan.	0	5	6	2	2
5.	Apakah Anda memahami bagaimana meningkatkan loyalitas/kesetiaan pelanggan.	0	3	8	3	1
	JUMLAH	0	25	29	13	8
	PRESENTASI	0%	33%	39%	17%	11%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa peserta sebelum mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman pelayan kepada pelanggan melalui komunikasi, yaitu pada cukup kurang memahami sebanyak 39%, diikuti dengan memahami 33%, tingkat kurang memahami 17%, dan masih ada 8 orang peserta atau 11% yang sangat kurang memahami, sedangkan pada tingkat sangat memahami 0% atau belum ada peserta yang memiliki kemampuan yang sangat memahami pelayanan kepada konsumen melalui komunikasi. Dapat disimpulkan bahwa penyuluhan pelayanan kepada pelanggan melalui komunikasi ini sangat tepat dilaksanakan bagi pedagang kecil di RT010/001 Grog; Selatan, Kebayoran Lama Jakarta Selatan.

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 4.7:
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	5	8	2	0	0
2.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan komunikasi.	3	10	2	0	0
3.	Apakah Anda memahami bagaimana melayani pelanggan melalui komunikasi.	3	9	2	1	0
4.	Apakah Anda memahami bagaimana menangani keluhan pelanggan.	4	7	3	1	0
5.	Apakah Anda memahami bagaimana meningkatkan loyalitas/kesetiaan pelanggan.	3	8	3	1	0
	JUMLAH	18	42	12	3	0
	PERSENTASE	24%	56%	16%	4%	0%

Sumber: Data diolah 2017

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 56%, diikuti dengan sangat memahami 24%, kemudian cukup memahami 12%, dan sisanya kurang memahami 4%. 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 4.8.
KEBERHASILAN PENYULUHAN
PELAYANAN KEPADA PELANGGAN MELALUI KOMUNIKASI

No	Kemampuan	Sebelum Penyuluhan	Sesudah Penyuluhan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	0%	24%	+24%
2.	B=Memahami	33%	56%	+23%
3.	C=Cukup Memahami	39%	16%	-23%
4.	D=Kurang Memahami	17%	4%	-13%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	11%	0%	-11%

Sumber: Data Diolah 2016

Dari tabel atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT010/01 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan sesudah mengikuti penyuluhan pelayanan kepada pelanggan melalui komunikasi meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahami (A) naik sebesar +24%, memahami (B) naik sebesar +32%, sedangkan cukup memahami (C) turun sebesar -23%, dan yang kurang

memahami (D) turun sebesar -13%, dan sangat kurang memahami (E) turun -11%. Artinya setelah mengikuti penyuluhan pedagang kecil tidak ada lagi yang sangat kurang memahami pelayan kepada pelanggan melalui komunikasi.

Peningkatan kemampuan pedagang kecil dalam pelayanan kepada pelanggan melalui komunikasi dapat dibandingkan, yaitu jika kemampuan pedagang kecil sebelum pelatihan pada umumnya berada pada tingkat cukup memahami (39%) sedangkan kemampuan pedagang kecil sesudah mengikuti pelatihan pada umumnya berada pada tingkat memahami (56%). Jadi dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan penyuluhan **BERHASIL** meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang pelayanan kepada pelanggan melalui komunikasi.

4.5. 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 4.9.
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	6	6	2	0
2.	Apakah Anda memahami bahwa perencanaan itu sangat penting dalam usaha Anda.	0	5	7	2	1
3.	Apakah Anda memahami bahwa perencanaan sangat mempengaruhi keberhasilan usaha Anda.	2	4	6	2	1
4.	Apakah Anda memahami bahwa pelaksanaan perencanaan harus konsisten.	0	5	6	2	2
5.	Apakah Anda memahami perlunya melakukan evaluasi terhadap perencanaan.	1	2	4	5	3
	JUMLAH	4	22	29	13	7
		5%	29%	39%	18%	9%

Sumber: Data diolah 2017

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa peserta sebelum mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang perencanaan bisnis, yaitu pada tingkat cukup memahami sebanyak 39%, diikuti dengan memahami 29%, kemudian tingkat

kurang memahami 18%, sangat kurang memahami sebesar 9%, dan peserta yang paling sedikit berada pada tingkat sangat memahami (5%).

b. Kemampuan Akhir tentang Perencanaan Bisnis

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

TABEL 4.10.
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	8	4	0	0
2.	Apakah Anda memahami bahwa perencanaan itu sangat penting dalam usaha Anda.	4	7	4	0	0
3.	Apakah Anda memahami bahwa perencanaan sangat mempengaruhi keberhasilan usaha Anda.	4	5	6	0	0
4.	Apakah Anda memahami bahwa pelaksanaan perencanaan harus konsisten.	3	7	5	0	0
5.	Apakah Anda memahami perlunya melakukan evaluasi terhadap perencanaan.	4	6	5	0	0
	JUMLAH	18	33	24	0	0
	PERSENTASE	24%	44%	32%	0%	0%

Sumber: Data diolah 2017

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa peserta sesudah mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang perencanaan bisnis, yaitu pada tingkat memahami sebanyak 44%, diikuti dengan tingkat cukup memahami 32%, tingkat sangat memahami 24%, dan tidak ada lagi peserta yang berada pada tingkat kurang memahami dan sangat kurang memahami 0%.

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 4.11.
KEBERHASILAN PENYULUHAN
PERENCANAAN BISNIS

No	Kemampuan	Sebelum Penyuluhan	Sesudah Penyuluhan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	5%	24%	+19%
2.	B=Memahami	29%	44%	+15%
3.	C=Cukup Memahami	39%	32%	-7%
4.	D=Kurang Memahami	18%	0%	-18%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	9%	0%	-9%

Sumber: Data Diolah 2016

Dari table di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT010/01 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan sesudah mengikuti penyuluhan Perencanaan Bisnis meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahami (A) naik sebesar +19%, memahami (B) naik sebesar +15%, sedangkan cukup memahami (C) turun -7%, kurang memahami (D) turun sebesar -18%, dan sangat kurang memahami (E) turun -9%.

Peningkatan kemampuan pedagang kecil dalam Perencanaan Bisnis dapat dibandingkan, yaitu jika kemampuan pedagang kecil sebelum pelatihan pada umumnya berada pada tingkat cukup memahami (39%) sedangkan kemampuan pedagang kecil sesudah mengikuti pelatihan pada umumnya berada pada tingkat memahami (44%). Jadi dapat disimpulkan bahwa penyuluhan **BERHASIL** meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang Perencanaan Bisnis.

4.6. 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 4.12.
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	2	3	4	5	1
2.	Apakah anda mengerti tujuan utama diadakannya pegelolaan keuangan	2	4	4	5	0
3.	Apakah anda mengerti manfaat diadakannya pengelolaan keuangan	2	2	7	4	0
4.	Apakah anda mengerti bahwa kegiatan pengeloan keuangan usaha dapat digunakan untuk mengetahui pencapaian keuntungan	0	4	2	9	0
5.	Apakah Anda memhami bagaimana cara mengelola keuangan yang baik	0	2	5	7	1
	JUMLAH	6	15	22	30	2
	PERSENTASE	8%	20%	29%	40%	3%

Sumber: Data diolah 2017

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 40%, diikuti dengan cukup memahami 29%, memahami 20%, sedangkan tingkat sangat memahami sama yaitu 8%.

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 4.13
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	3	6	5	1	0
2.	Apakah anda mengerti tujuan utama diadakannya pengelolaan keuangan	3	7	4	1	0
3.	Apakah anda mengerti manfaat diadakannya pengelolaan keuangan	2	6	6	1	0
4.	Apakah anda mengerti bahwa kegiatan pengelolaan keuangan usaha dapat digunakan untuk mengetahui pencapaian keuntungan	2	6	4	3	0
5.	Apakah Anda memahami bagaimana cara mengelola keuangan yang baik	3	6	2	4	0
JUMLAH		13	31	26	10	0
PERSENTASE		17%	42%	28%	13%	0%

Sumber: Data Diolah 2017

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 42% diikuti dengan tingkat cukup memahami 28%, tingkat sangat memahami 17%, dan tingkat kurang memahami 13%, dan tidak ada lagi peserta yang berada pada tingkat sangat kurang memahami (0%).

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 4.14.
KEBERHASILAN PENYULUHAN
PRINSI-PRINSIP AKUNTANSI KEUANGAN USAHA

No	Kemampuan	Sebelum Penyuluhan	Sesudah Penyuluhan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	8%	17%	+9%
2.	B=Memahami	20%	42%	+22%
3.	C=Cukup Memahami	29%	28%	-1%
4.	D=Kurang Memahami	40%	13%	-27%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	3%	0%	-3%

Sumber: Data diolah 2016

Dari table di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT010/01 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan sesudah mengikuti penyuluhan Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahami (A) naik sebesar +9%, memahami (B) naik sebesar +22%, sedangkan cukup memahami (C) turun sebesar -1%, kurang memahami (D) turun sebesar -27%, dan sangat kurang memahami (E) turun -3%.

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 **BERHASIL** meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang Prinsip-prinsip Akuntansi Keuangan Usaha ini.

4.7. 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 4.15.
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?	0	5	7	3	0
2.	Apakah Anda mengerti mengenai pemisahan uang pribadi dan usaha?	0	5	6	3	1
3.	Apakah Anda mengerti pentingnya perencanaan penggunaan uang anda?	0	4	7	2	2
4.	Apakah Anda mengerti pentingnya membuat catatan keuangan	0	5	8	2	0
5.	Apakah Anda mengerti pentingnya memutar arus kas lebih cepat	0	4	8	2	1
6	Apakah Anda mengerti pentingnya mengawasi harta, hutang, dan modal?	0	3	8	4	0
7	Apakah Anda mengerti pentingnya penyisihan keuangan untuk pengembangan usaha?	0	3	7	3	2
	JUMLAH	0	29	51	19	6
	PRESENTASE	0%	28%	48%	18%	6%

Sumber: Data diolah 2017

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa peserta sebelum mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang tips mengelola keuangan UKM, yaitu pada tingkat cukup memahami sebanyak 48%, diikuti dengan memahami 28%, kurang memahami sebesar 18%, sangat kurang memahami 5,7%, dan belum ada peserta yang berada tingkat sangat memahami 0%.

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 4.16.
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?	2	9	3	1	0
2.	Apakah Anda mengerti mengenai pemisahan uang pribadi dan usaha?	2	10	3	0	0
3.	Apakah Anda mengerti pentingnya perencanaan penggunaan uang anda?	3	10	2	0	0
4.	Apakah Anda mengerti pentingnya membuat catatan keuangan	2	11	2	0	0
5.	Apakah Anda mengerti pentingnya memutar arus kas lebih cepat	2	6	5	2	0
6.	Apakah Anda mengerti pentingnya mengawasi harta, hutang, dan modal?	2	6	5	2	0
7.	Apakah Anda mengerti pentingnya penyesuaian keuangan untuk pengembangan usaha?	2	10	3	0	0
	JUMLAH	15	62	23	5	0
	PERSENTASE	14%	59%	22%	5%	0%

Sumber: Data diolah 2017

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 59%, diikuti dengan tingkat cukup memahami 22%, dan tingkat sangat memahami 14%, tingkat kurang memahami 5%, dan tidak ada lagi peserta yang berada pada tingkat 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 4.17
KEBERHASILAN PENYULUHAN TIPS
MENGELOLA KEUANGAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

No	Kemampuan	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	0%	14%	+14%
2.	B=Memahami	28%	59%	+31%
3.	C=Cukup Memahami	48%	22%	-26%
4.	D=Kurang Memahami	18%	5%	-13%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	6%	0%	-6%

Sumber: Data Diolah 2017

Dari table di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT010/01 Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan sesudah mengikuti penyuluhan Tips Mengelola Keuangan UKM meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahami (A) naik sebesar +14%, memahami (B) naik sebesar +31%, sedangkan cukup memahami (C) turun sebesar -26%, kurang memahami (D) turun sebesar -13%, dan sangat kurang memahami (E) turun sebesar -6%.

Peningkatan kemampuan pedagang kecil dalam Tips Mengelola Keuangan UKM dapat dibandingkan, yaitu jika kemampuan pedagang kecil sebelum penyuluhan pada umumnya berada pada tingkat cukup memahami (48%) sedangkan kemampuan pedagang kecil sesudah mengikuti penyuluhan pada umumnya berada pada tingkat memahami (59%). Jadi dapat disimpulkan bahwa penyuluhan **BERHASIL** meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang Tips Mengelola Keuangan UKM.

4.8. Penyuluhan Alternatif Sumber Dana UKM

a. Kemampuan Awal Alternatif Sumber Dana Usaha Kecil dan Menengah

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

TABEL 4.18.
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM
PENYULUHAN ALTERNATIF SUMBER DANA UKM

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah anda memahami pembiayaan pada UKM	0	0	2	10	3
2.	Apakah anda memahami permasalahan pendanaan yang ada dalam UKM	0	0	3	8	4
3.	Apakah anda memahami Fasilitas apa saja yang bisa didapatkan dalam pendanaan untuk UKM	0	0	2	9	4
4.	Apakah anda memahami Strategi dalam mendapatkan pendanaan untuk UKM	0	0	3	8	4
5.	Apakah anda memahami mekanisme dalam pencarian sumber dana	0	0	2	8	5
6.	Apakah anda memahami alternatif sumber pendanaan untuk kebutuhan UKM	0	0	2	8	5
	JUMLAH	0	0	14	51	25
	PRESENTASE	0%	0%	15%	57%	28%

Sumber: Data diolah 2017

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa peserta sebelum mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang alternatif sumber dana UKM, yaitu pada tingkat kurang memahami sebanyak 57%, diikuti dengan sangat kurang memahami 28%, cukup memahami sebesar 15%, dan belum ada peserta yang berada tingkat memahami (0%) dan sangat memahami 0%. Artinya penyuluhan Alternatif Sumber Dana UKM ini sangat dibutuhkan para pedagang kecil di lingkungan RT010/01 Grogol Selatan.

b. Kemampuan Akhir Alternatif Sumber Dana Usaha Kecil dan Menengah

Adapun kemampuan pedagang kecil tentang alternatif sumber dana UKM sesudah mengikuti pelatihan dapat dilihat pada table di bawah ini.

TABEL 4.19.
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH
PENYULUHAN ALTERNATIF SUMBER DANA UKM

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Apakah anda memahami pembiayaan pada UKM	0	11	3	1	0
2.	Apakah anda memahami permasalahan pendanaan yang ada dalam UKM	0	8	6	1	0
3.	Apakah anda memahami Fasilitas apa saja yang bisa didapatkan dalam pendanaan untuk UKM	1	7	7	0	0
4.	Apakah anda memahami Strategi dalam mendapatkan pendanaan untuk UKM	1	7	7	0	0
5.	Apakah anda memahami mekanisme dalam pencarian sumber dana	0	8	6	1	0
6.	Apakah anda memahami alternatif sumber pendanaan untuk kebutuhan UKM	1	7	7	0	0
	JUMLAH	3	48	36	3	0
	PRESENTASE	3%	54%	40%	3%	0%

Sumber: Data diolah 2017

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa peserta sesudah mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang alternatif sumber dana UKM, yaitu pada tingkat memahami sebanyak 54%, diikuti dengan tingkat cukup memahami 40%, dan tingkat sangat memahami 3%, tingkat kurang memahami 3%, dan tidak ada lagi peserta yang berada pada tingkat sangat kurang memahami (0%).

c. Keberhasilan Pelatihan Alternatif Sumber Dana Usaha Kecil dan Menengah

Keberhasilan penyuluhan alternatif sumber dana 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 4.20.
KEBERHASILAN PENYULUHAN
ALTERNATIF SUMBER DANA USAHA KECIL DAN MENENGAH

No	Kemampuan	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	0%	3%	+3%
2.	B=Memahami	0%	54%	+54%
3.	C=Cukup Memahami	15%	40%	+25%
4.	D=Kurang Memahami	57%	3%	-54%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	28%	0%	-28%

Sumber: Data Diolah 2017

Dari table di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT010/01 Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan sesudah mengikuti penyuluhan alternatif sumber dana UKM meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahami (A) naik sebesar +3%, memahami (B) naik sebesar +54%, sedangkan cukup memahami (C) naik sebesar +25%, kurang memahami (D) turun sebesar -54%, dan sangat kurang memahami (E) turun sebesar -28%.

Peningkatan kemampuan pedagang kecil dalam alternatif sumber dana UKM dapat dibandingkan, yaitu jika kemampuan pedagang kecil sebelum penyuluhan pada umumnya berada pada tingkat kurang memahami (57%) sedangkan kemampuan pedagang kecil sesudah mengikuti penyuluhan pada umumnya berada pada tingkat memahami (54%). Jadi dapat disimpulkan bahwa penyuluhan **BERHASIL** meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil untuk memilih alternatif sumber dana UKM.

4.9. Penyuluhan Pengelolaan Modal Kerja UKM

a. Kemampuan Awal Pengelolaan Modal Kerja UKM

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

TABEL 4.21.
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SEBELUM
PENYULUHAN PENGELOLAAN MODAL KERJA UKM

NO	Pertanyaan	A (5)	B (4)	C (3)	D (2)	E (1)
1	Apakah anda mengerti apa yang di maksud dengan modal	0	5	6	3	1
2	Apakah anda memahami bagaimana mengelola modal	0	5	6	2	2
3	Apakah anda mengerti tentang penggunaan modal	0	2	8	3	2
4	Apakah anda merasa penting melakukan manajemen modal	0	1	9	4	1
5	Apakah anda memahami menentukan kebutuhan modal	0	0	9	5	1
	JUMLAH	0	13	38	17	7
	PERSENTASE	0%	17%	51%	23%	9%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa peserta sebelum mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang pengelolaan modal kerja UKM, yaitu pada tingkat cukup memahami sebanyak 51%, diikuti dengan kurang memahami 23%, memahami sebesar 17%, dan masih ada peserta yang berada pada tingkat sangat kurang memahami sebesar 9%, sedangkan yang sangat memahami 0%. Artinya penyuluhan pengelolaan modal kerja UKM ini sangat dibutuhkan para pedagang kecil di lingkungan RT010/01 Grogol Selatan.

b. Kemampuan Akhir Pengelolaan Modal Kerja UKM

Adapun kemampuan pedagang kecil tentang pengelolaan modal kerja UKM sesudah mengikuti pelatihan dapat dilihat pada table di bawah ini.

TABEL 4.22.
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA SESUDAH
PENYULUHAN PENGELOLAAN MODAL KERJA UKM

NO	Pertanyaan	A (5)	B (4)	C (3)	D (2)	E (1)
1	Apakah anda mengerti apa yang di maksud dengan modal	4	10	1	0	0
2	Apakah anda memahami bagaimana mengelola modal	3	10	2	0	0
3	Apakah anda mengerti tentang penggunaan modal	3	9	3	0	0
4	Apakah anda merasa penting melakukan manajemen modal	0	7	7	1	0
5	Apakah anda memahami menentukan kebutuhan modal	1	7	6	1	0
	JUMLAH	11	43	19	2	0
	PERSENTASE	15%	57%	25%	3%	0%

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa peserta sesudah mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang pengelolaan modal kerja UKM, yaitu pada tingkat memahami sebanyak 57%, diikuti dengan tingkat cukup memahami 25%, dan tingkat sangat memahami 15%, tingkat kurang memahami 3%, dan tidak ada lagi peserta yang berada pada tingkat sangat kurang memahami (0%).

c. Keberhasilan Penyuluhan Pengelolaan Modal Kerja UKM

Keberhasilan penyuluhan pengelolaan modal kerja 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 4.23
KEBERHASILAN PENYULUHAN
PENGLOLAAN MODAL KERJA UKM

No	Kemampuan	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	0%	15%	+15%
2.	B=Memahami	17%	57%	+40%
3.	C=Cukup Memahami	51%	25%	-26%
4.	D=Kurang Memahami	23%	13%	-10%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	9%	0%	-9%

Sumber: Data Diolah 2017

Dari table di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT010/01 Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan sesudah mengikuti penyuluhan pengelolaan modal kerja UKM meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahami (A) naik sebesar +15%, memahami (B) naik sebesar +40%, sedangkan cukup memahami (C) turun sebesar -26%, kurang memahami (D) turun sebesar -10%, dan sangat kurang memahami (E) turun sebesar -9%.

Peningkatan kemampuan pedagang kecil dalam pengelolaan modal kerja UKM dapat dibandingkan, yaitu jika kemampuan pedagang kecil sebelum penyuluhan pada umumnya berada pada tingkat cukup memahami (51%) sedangkan kemampuan pedagang kecil sesudah mengikuti penyuluhan pada umumnya berada pada tingkat memahami (57%).

Jadi dapat disimpulkan bahwa penyuluhan **BERHASIL** meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil untuk mengelola modal kerja usahanya.

4.10. Penyuluhan Pajak Penghasilan UKM

a. Kemampuan Awal tentang Pajak Penghasilan UKM

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

TABEL 4.24:
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SEBELUM PENYULUHAN PAJAK UKM

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Saya mengerti perbedaan pajak dengan retribusi	0	0	2	9	4
2.	Saya mengerti apa itu NPWP dan fungsi NPWP	0	0	4	8	3
3.	Saya mengerti cara penentuan peredaran bruto	0	0	2	9	4
4.	Saya mengerti subjek dan objek penghasil UMKM	0	0	0	11	4
5.	Saya mengerti cara menghitung pajak penghasilan UMKM	0	0	0	11	4
6.	Saya mengerti bagaimana dan kapan membayar pajak UMKM	0	0	2	9	4
7.	Saya mengerti cara melaporkan pajak UMKM	0	0	0	10	5
8.	Saya mengerti sanksi yang dikenakan dalam pajak UMKM	0	0	0	1	5
	JUMLAH	0	0	10	77	33
	PERSENTASE	0%	0%	8%	65%	27%

Sumber: Data diolah 2017

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa peserta sebelum mengikuti penyuluhan pada umumnya memiliki pemahaman tentang pajak penghasilan UKM kurang baik, yaitu pada tingkat kurang memahami sebanyak 77%, diikuti sangat kurang memahami 33%, kemudian cukup memahami 10%, sedangkan pada tingkat memahami dan sangat memahami belum ada 0%. Artinya penyuluhan pajak penghasilan UKM ini sangat dibutuhkan para pedagang kecil di lingkungan RT010/01 Grogol Selatan.

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 4.25.
DISTRIBUSI JAWABAN PESERTA
SESUDAH PENYULUHAN PAJAK PENGHASILAN UKM

No	Pertanyaan	A	B	C	D	E
1.	Saya mengerti perbedaan pajak dengan retribusi	2	6	5	2	0
2.	Saya mengerti apa itu NPWP dan fungsi NPWP	2	5	7	1	0
3.	Saya mengerti cara penentuan peredaran bruto	1	2	10	2	0
4.	Saya mengerti subjek dan objek penghasila UMKM	2	5	5	2	1
5.	Saya mengerti cara menghitung pajak penghasilan UMKM	2	5	4	3	1
6.	Saya mengerti bagaimana dan kapan membayar pajak UMKM	2	5	5	2	1
7.	Saya mengerti cara melaporkan pajak UMKM	2	5	4	4	0
8.	Saya mengerti sanksi yang dikenakan dalam pajak UMKM	2	4	6	1	1
	JUMLAH	15	37	46	18	4
	PERSENTASE	13%	31%	38%	15%	3%

Sumber: Data diolah 2017

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 38%, diikuti dengan tingkat memahami 31%, tingkat kurang memahami 15%, sangat memahami 13%, dan tingkat sangat kurang memahami (3%).

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 4.26.
KEBERHASILAN PENYULUHAN
PAJAK PENGHASILAN UKM

No	Kemampuan	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	0%	13%	+13%
2.	B=Memahami	0%	31%	+31%
3.	C=Cukup Memahami	8%	38%	+30%
4.	D=Kurang Memahami	65%	15%	-50%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	27%	3%	-24%%

Sumber: Data Diolah 2017

Dari table di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT010/01 Grogol Selatan Kebayoran Lama Jakarta Selatan sesudah mengikuti penyuluhan Pajak Penghasilan UKM meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahami (A) naik sebesar +13%, memahami (B) naik sebesar +31%, cukup memahami (C) naik sebesar +30%, sedangkan kurang memahami (D) turun sebesar -50%, dan sangat kurang memahami (E) turun sebesar -24%.

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, sanksi pajak, mengerti NPWP, dan melaporkan pajak. Jadi dapat disimpulkan bahwa penyuluhan **BERHASIL** meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil tentang Pajak Penghasilan UKM.

4.11. Kemampuan Awal dan Akhir Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah

a. Kemampuan Awal Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah

TABEL 4.27.

**REKAPITULASI PERSENTASE DISTRIBUSI
JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN
PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH**

No	DESKRIPSI	A	B	C	D	E
1.	Memahami Perilaku Konsumen	0%	8%	37%	47%	8%
2.	Pelayanan Kepada Pelanggan Melalui Komunikasi	0%	33%	39%	17%	11%
3.	Perencanaan Bisnis	5%	29%	39%	18%	9%
4.	Prinsip Akuntansi Keuangan Usaha	8%	20%	29%	40%	3%
5.	Tips Mengelola Keuangan Usaha UKM	0%	28%	48%	18%	6%
6.	Alternatif Sumber Dana UKM	0%	0%	15%	57%	28%
7.	Pengelolaan Modal Kerja UKM	0%	17%	51%	23%	9%
8.	Pajak Penghasilan UKM	0%	0%	8%	65%	27%
	JUMLAH	13%	135%	266%	285%	101%
	RATA-RATA	2%	17%	33%	36%	12%

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) 36%, diikuti cukup

memahami 33%, memahami 17%, sangat kurang memahami 12%, dan hanya 2% 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 4.28.

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

No	DESKRIPSI	A	B	C	D	E
1.	Memahami Perilaku Konsumen	13%	66%	21%	0%	0%
2.	Pelayanan Kepada Pelanggan Melalui Komunikasi	24%	56%	16%	4%	0%
3.	Perencanaan Bisnis	24%	44%	32%	0%	0%
4.	Prinsip Akuntansi Keuangan Usaha	17%	42%	28%	13%	0%
5.	Tips Mengelola Keuangan UKM	14%	59%	22%	5%	0%
6.	Alternatif Sumber Dana UKM	3%	54%	40%	3%	0%
7.	Pengelolaan Modal Kerja UKM	15%	57%	25%	3%	0%
8.	Pajak Penghasilan UKM	13%	31%	38%	15%	3%
	JUMLAH	123%	409%	222%	43%	3%
	RATA-RATA	15%	51%	28%	6%	0%

Sumber: Data Diolah 2017

Dari table di atas dapat dilihat bahwa pada umumnya kemampuan pedagang kecil dalam mengelola usahanya sesudah mengikuti penyuluhan dapat dikatakan pada umumnya berada pada tingkat memahami 51%, cukup memahami 28%, sangat memahami 15%, kurang memahami 5%, dan tidak ada lagi peserta yang sangat kurang memahami (0%).

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

4.12. Keberhasilan Penyuluhan Mengelola UKM

TABEL 4.29.
KEBERHASILAN PENYULUHAN
PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH

No	Kemampuan	Sebelum Penyuluhan	Sesudah Penyuluhan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	2%	15%	+13%
2.	B=Memahami	17%	51%	+34%
3.	C=Cukup Memahami	33%	28%	-5%
4.	D=Kurang Memahami	36%	6%	-30%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	1%	0%	-1%

Sumber: Data Diolah Penulis 2017

Dari table di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil di RT010/01 Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, sesudah mengikuti penyuluhan Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahamii (A) naik sebesar +13%, memahami (B) naik sebesar +34%, sedangkan cukup memahami (C) turun -5%, kurang memahami (D) turun -30%, dan sangat kurang memahami (E) turun -1%. Artinya pelaksanaan penyuluhan **BERHASIL** meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengusaha kecil di wilayah RT010/001 Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan untuk mengelola usahanya.

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

a. Paired Samples Statistics

TABEL 4.30.

PAIRED SAMPLES STATISTICS

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	SEBELUM	111.8667	15	19.69361	5.08487
	SESUDAH	172.6667	15	14.24112	3.67704

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 111,8667, sedangkan sesudah penyuluhan rata-rata kemampuan 172,6667, artinya terjadi peningkatan kemampuan peserta sebesar 60,8.

b. Paired Samples Correlations

TABEL 4.31:

PAIRED SAMPLES CORRELATIONS

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	SEBELUM & SESUDAH	15	.740	.018

Sumber: Output SPSS 22

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi sebesar 0,740, artinya terdapat hubungan yang cukup kuat antara kemampuan peserta sebelum dengan sesudah penyuluhan, dan terdapat nilai signifikansi $0,018 < 0,05$, maka dapat disimpulkan terjadi hubungan yang cukup kuat dan signifikan antara kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.

c. Paired Samples Test

TABEL 4.32:
PAIRED SAMPLES TEST

Pair1	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
SEBELUM – SESUDAH	60.80000	22.62805	5.84254	-73.33100	-48.26900	10.406	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. Terdapat perbedaan kemampuan rata-rata peserta penyuluhan sebelum dan sesudah penyuluhan. Sebelum mengikuti penyuluhan adalah rata-rata kemampuan peserta sebesar 111,8667, sedangkan sesudah penyuluhan rata-rata kemampuan peserta menjadi 172,6667, artinya terjadi peningkatan kemampuan rata-rata peserta sebesar 60,8.
3. Terdapat hubungan yang cukup kuat ($r=0,740$) antara kemampuan peserta sebelum dengan sesudah penyuluhan, dengan nilai signifikansi $0,018 < 0,05$, maka dapat disimpulkan terjadi hubungan yang cukup kuat dan signifikan antara kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.
4. Pelaksanaan P2M dengan topik "Penyuluhan Pengelolaan Usaha Kecil dan Menengah di RT010/01 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, *Manajermen 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.

LAMPIRAN 1 :

SURAT TUGAS KETUA LPPM USNI TENTANG PELAKSANAAN P2M

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.: 03/Ka.LPPM-USNI/I/2017

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 Stefhani, SE.MM. (Anggota Tim)	Lektor	Pelayanan Pelanggan Melalui Komunikasi Bisnis
3.	Lucy Nancy, SE.MM. (Anggota Tim)	Lektor	Pereencanaan 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.	Galih Chandra Kirana (Anggota Tim)	Asisten Ahli	Alternatif Sumber Dana UKM
7.	Nia Tresnawaty (Anggota Tim)	Asisten Ahli	Pengelolaan Modal Kerja UKM
8.	Tagor Darius Sidauruk SE.MSi. (Anggota Tim)	Asisten Ahli	Perhitungan, Pelaporan, dan Penyetoran PPh. UKM

Sebagai Dosen Tetap Fakultas Ekonomi USNI untuk melakukan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat (P2M) dengan topik "PENYULUHAN PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH DI WILAYAH RT010/01 GROGOL SELATAN, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN".

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

Jakarta, 17 Januari 2017
Universitas Satya Negara Indonesia
Ka. LPPM,
Dr. Yusriani Sapta Dewi, MSi.

Tembusan:

1. Yth. Rektor USNI (sebagai laporan)
2. Yth. Ka. BAUK,-
3. Arsip,

LAMPIRAN 2:
SURAT PERMOHONAN KPD KETUA LPPM USNI KEPADA KETUA
RT010/01, GROGOL SELATAN,
KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN.



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>

Nomor : 02/Ka.LPPM-USNI/I/2017
 Lampiran : 1 (satu) berkas proposal
 Perihal : Pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat
 Kepada : Bapak Lili Marhali
 Yth : Ketua RT010/01 Grogol Selatan
 Kel. Kebayoran Lama, Jakarta Selatan
 di- Jakarta.

Jakarta, 17 Januari 2017

Dengan Hormat,

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

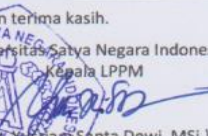
Nama : Dr. Yusriani Sapta Dewi, MSi.
 NIK : 196208281988122001
 Jabatan : Kepala LPPM USNI
 Pangkat : Lektor Kepala/IVA
 Alamat : Jl. Arteri Pondok Indah No. 11
 Jakarta Selatan

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 Sepuluh (RT010/01) Kelurahan Grogol Selatan, Kecamatan Kebayoran Lama, Jakarta Selatan pada bulan Maret sd 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 Stephani, 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.	Galih Chandra Kirana (Anggota TIM)	Asisten Ahli	Alternatif Sumber Dana UKM
7.	Nia Tresnawaty (Anggota Tim)	Asisten Ahli	Pengelolaan Modal Kerja UKM
8.	Tagor Darius Sidauruk SE.MSi. (Anggota Tim)	Asisten Ahli	Perhitungan, Pelaporan, dan Penyetoran PPh. UKM

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


 Universitas Satya Negara Indonesia
 Kepala LPPM
 Dr. Yusriani Sapta Dewi, MSi.)

Tembusan:

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

**LAMPIRAN 3 :
SURAT KETERANGAN DARI KETUA RT010/01
GROGOL SELATAN JAKARTA SELATAN**

SURAT KETERANGAN

Yang Bertanda Tangan di bawah ini:

Nama : Lili Marhali

Jabatan : KETUA RT010/01 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.	Galih Chandra Kirana (Anggota TIM)	Asisten Ahli	Alternatif Sumber Dana UKM
7.	Nia Tresnawaty (Anggota Tim)	Asisten Ahli	Pengelolaan Modal Kerja UKM
8.	Tagor 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 (RT010/01) Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan pada bulan Nopember 2016 sampai dengan Januari 2017.

Jakarta, 30 Januari 2017

Ketua RT010/01



(Lili Marhali)



**LAMPIRAN 4 :
SERTIFIKAT PESERTA**



LAMPIRAN 5: KUESIONER SEBELUM DAN SESUDAH PELATIHAN

SEBELUM/
SESUDAH

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 MENGETI/MEMAHAMI
 B = 4 = MENGETI/MEMAHAMI
 C = 3 = CUKUP MENGETI/CUKUP MEMAHAMI
 D = 2 = KURANG MENGETI/KURANG MEMAHAMI
 E = 1 = SANGAT KURANG MENGETI/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 factor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen					
3.	Apakah Anda mengerti apa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen.					
4.	Apakah Anda memahami factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.					
5.	Apakah Anda memahami bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen.					
JUMLAH						

TERIMAKASIH

YAYASAN ABDI KARYA

LAMPIRAN 6:
DATA KASAR JAWABAN SEBELUM PENYULUHAN

[illegible]

LAMPIRAN 7:
DATA KASAR JAWABAN SESUDAH PENYULUHAN

DATA BAKU JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN

NO RESPONDEN	GUSTON	YOSI	LUCY	HERISTON	INDIRA	GALIH C.	NIAT.	TAGOR	X2
1	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5 6 7	5 2 4 5 2 5 2	4 4 5 5 1 2 3 4 5 6 7 8		
Konifah	5 4 5 4 4 5 4 3 5 1 5 4 5 5 5 1 5 5 5	5 4 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5	5 4 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5	5 4 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5	5 4 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5	4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	2 2 2 3 3 2	177
2	4 5 5 4 4 4 4 4 4 3 5 5 5 4 4 2 3 3 2	4 5 5 5 4 4 2 3 3 2 2 3 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 5 5 5 4 4 2 3 3 2 2 3 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 5 5 5 4 4 2 3 3 2 2 3 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 5 5 5 4 4 2 3 3 2 2 3 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4	4 4	3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3	167
3	5 5 4 4 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4	5 5 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	5 5 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	5 5 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	5 5 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 5 4 4 5 4 5 4 4 4 5 4 4 5 4 5 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 5 4 4 5 4 5 4 4 4 5 4 4 5 4 5 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3	181
4	4 4 4 5 5 5 4 4 4 5 3 3 4 3 3 3 4 4 4	4 4 4 5 5 5 4 4 4 5 3 3 4 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 5 5 5 4 4 4 5 3 3 4 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 5 5 5 4 4 4 5 3 3 4 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 5 5 5 4 4 4 5 3 3 4 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4	4 4	4 5 2 3 3 2 2 8 4 3	176
5	4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 3 4	4 4 4 4 3 4	4 4 4 4 3 4	4 4 4 4 3 4	3 4 5 5 4 3 4 5 5 4 3 4 5 5 4 3 4 5 5 4 3 4 5 5 4	3 4 5 5 4 3 4 5 5 4 3 4 5 5 4 3 4 5 5 4 3 4 5 5 4	5 3 4 4 3 4 3 3 3 3	183
6	4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 3 4	4 4 3 4	4 4 3 4	4 4 3 4	4 4	4 4	4 3 3 4 3 3 3 3 3	172
7	4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 4 3 4 3 4 3 4 4 4	4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 4 3 4 3 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 4 3 4 3 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 4 3 4 3 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 4 3 4 3 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 3	4 4 3	4 3 3 3 3 3 3 3 3	161
8	4 4 5 4 5 5 5 5 4 5 5 5 4 5 5 5 4 5 5 5	4 4 5 4 5 5 5 5 4 5 5 5 4 5 5 5 4 5 5 5 4 5 5 5	4 4 5 4 5 5 5 5 4 5 5 5 4 5 5 5 4 5 5 5 4 5 5 5	4 4 5 4 5 5 5 5 4 5 5 5 4 5 5 5 4 5 5 5 4 5 5 5	4 4 5 4 5 5 5 5 4 5 5 5 4 5 5 5 4 5 5 5 4 5 5 5	4 4 4 4 4 3	4 4 4 4 4 3	4 3 3 3 3 3 3 3 3	185
9	5 4 3 3 5 5 3 2 3 5 5 1 4 3 1 4 4 4 4	5 4 3 3 5 5 3 2 3 5 5 1 4 3 1 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	5 4 3 3 5 5 3 2 3 5 5 1 4 3 1 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	5 4 3 3 5 5 3 2 3 5 5 1 4 3 1 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	5 4 3 3 5 5 3 2 3 5 5 1 4 3 1 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 3 2 2 4 2 4 2 5 2 4 2 5 2 4 2 5 2 4 2 5 2 4 2 5 2 4	4 3 2 2 4 2 4 2 5 2 4 2 5 2 4 2 5 2 4 2 5 2 4 2 5 2 4	2 5 2 3 3 3 4 2 4	151
10	4 4 4 4 4 5 5 4 2 2 2 2 2 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 4 5 5 4 2 2 2 2 2 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 4 5 5 4 2 2 2 2 2 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 4 5 5 4 2 2 2 2 2 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 4 5 5 4 2 2 2 2 2 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 3	4 3	4 3 3 3 3 3 3 3 3	153
11	4 4 4 4 5 5 5 5 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 5 5 5 5 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 5 5 5 5 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 5 5 5 5 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 5 5 5 5 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 5 5 5 4	4 5 5 5 4	4 5 4 5 5 4 4 5 4	204
12	5 5 5 4 5 5 5 5 3 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4	5 5 5 4 5 5 5 5 3 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	5 5 5 4 5 5 5 5 3 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	5 5 5 4 5 5 5 5 3 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	5 5 5 4 5 5 5 5 3 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 3	4 3	3 4 5 3 3 4 5 3 4 5 3 4 5 3 4 5 3 4 5 3 4 5 3	173
13	4 4 4 4 4 4 4 3 4 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4	4 4 4 4 4 4 4 3 4 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 4 4 4 3 4 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 4 4 4 3 4 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 4 4 4 4 3 4 3 3 3 3 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 4 3	4 4 4 3	3 4 3 3 3 3 3 3 3	160
14	5 4 5 4 4 5 5 4 5 4 5 3 4 4 4 4 5 4 4	5 4 5 4 4 5 5 4 5 4 5 3 4 4 4 4 5 4 4 4 4 4 4 4 4 4	5 4 5 4 4 5 5 4 5 4 5 3 4 4 4 4 5 4 4 4 4 4 4 4 4 4	5 4 5 4 4 5 5 4 5 4 5 3 4 4 4 4 5 4 4 4 4 4 4 4 4 4	5 4 5 4 4 5 5 4 5 4 5 3 4 4 4 4 5 4 4 4 4 4 4 4 4 4	4 4 5 3 4 3 4 3 4 5 4 3 4 5 4 3 4 5 4 3 4 5 4 3 4 5 4	4 4 5 3 4 3 4 3 4 5 4 3 4 5 4 3 4 5 4 3 4 5 4 3 4 5 4	3 4 5 4 3 3 3 3 4 4	186
15	5 4 4 4 4 4 3 3 4 4 4 4 5 3 4 4 3 3 4 4 3	5 4 4 4 4 4 3 3 4 4 4 4 5 3 4 4 3 3 4 4 3 3 4 4 3	5 4 4 4 4 4 3 3 4 4 4 4 5 3 4 4 3 3 4 4 3 3 4 4 3	5 4 4 4 4 4 3 3 4 4 4 4 5 3 4 4 3 3 4 4 3 3 4 4 3	5 4 4 4 4 4 3 3 4 4 4 4 5 3 4 4 3 3 4 4 3 3 4 4 3	3 3 4 3 3 4 3 3 4 3 4 3 4 3 4 3 4 3 4 3 4 3 4 3 4	3 3 4 3 3 4 3 3 4 3 4 3 4 3 4 3 4 3 4 3 4 3 4 3 4	3 3 3 2 3 2 2 161	161

LAMPIRAN 9:
DAFTAR HADIR PESERTA PENYULUHAN

DAFTAR HADIR PESERTA PELAKSANAAN P2M
PENYULUHAN PENGELOLAAN USAHA KECIL DAN MENENGAH
DI LINGKUNGAN RT010/01 KEL. GROGOL SELATAN
KEC. KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN

NARASUMBER: GUSTON SITORUS, SE.MM.

TANGGAL, KAMIS 15 DESEMBER 2016

NO	NAMA	JENIS USAHA	TANDA TANGAN
1	Konifah	Jual Makanan Dirumah	
2	Riyanti	Jual Makanan Dirumah	
3	Neneng	Jual Makanan Dirumah	
4	Tuti	Jual Makanan Dirumah	
5	Rita	Gorengan Titipin	
6	Bulan	Jual Pulsa	
7	Sarah	Jual Pulsa	
8	Yuli Iswahyudi	Sembako	
9	Siti Lestari	Bakso Telor	
10	Kasinah	Jual Gorengan/Makanan	
11	Fitriyah	Jual Kue Keliling	
12	Ma'mun	Jual Makanan	
13	Bahtiar	Bakso Daging	
14	Juli	Jual Makanan	
15	Yuli	Jual Makanan	

KETUA RT010/01
GROGOL SELATAN

(LILI MARHALI)

KETUA TIM P2M
FAKULTAS EKONOMI USNI

(GUSTON SITORUS, SE. MM.)



LAMPIRAN 10:
FOTO-FOTO P2M PENYULUHAN USAHA KECIL RT010/01
GROGOL SELATAN, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN



