

PERJANJIAN
PELAKSANAAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PROGRAM PKM100 PLUS 2024 – Periode 1
Nomor: PKM100Plus-2024-1-087-SPK-KLPPM/UNTAR/V/2024

1. Pada hari Senin tanggal 20 bulan Mei Tahun 2024, yang bertanda tangan di bawah ini:

I Nama : Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.
 Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
 Universitas Tarumanagara

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Pertama**.

II Nama : Sanny Ekawati, SE., MM.

 NIDN/NIDK : 0324077602
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Bertindak untuk diri sendiri dan Anggota Tim Pengusul:

1. Nama : Jessica April
 NIM : 125230020
2. Nama : -
 NIM : -
3. Nama : -
 NIM : -

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Kedua**.

2. Pihak Pertama menugaskan Pihak Kedua untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat atas nama Universitas Tarumanagara dengan:

Judul kegiatan : Pengenalan Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Kios Sayuran Bapak Sarip di Jakarta

Nama mitra : Bapak Sarip

Tanggal kegiatan : 20 Mei 2024

dengan biaya Rp3,000,000 (Tiga Juta Rupiah) dibebankan kepada anggaran Universitas Tarumanagara.

3. Lingkup pekerjaan dalam tugas ini adalah kegiatan sesuai dengan yang tertera dalam usulan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang diajukan oleh Pihak Kedua, dan telah disetujui oleh Pihak Pertama yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam surat tugas ini.

4. Pihak Kedua wajib menyerahkan laporan kegiatan dan luaran kegiatan selambat-lambatnya tanggal 31 Juli 2024, sesuai prosedur dan peraturan yang berlaku dengan format sesuai ketentuan.

Pihak Pertama



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.

Pihak Kedua



Sanny Ekawati, SE., MM.

Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana

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



PENGENALAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA KIOS SAYURAN
MAS SARIP DI JAKARTA

Disusun oleh:
Ketua Tim

Sanny Ekawati, SE., MM. [NIDN: 0324077602]

Anggota:
Jessica April (125230020)

PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
MEI 2024

Halaman Pengesahan
Laporan Pengabdian kepada Masyarakat

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. Judul PKM | :Pengenalan Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Kios Sayuran Mas Sarip di Jakarta |
| 2. Nama Mitra PKM | : Sarip |
| 3. Ketua Tim Pelaksana | |
| A. Nama dan Gelar | : Sanny Ekawati, SE., MM. |
| B. NIDN/NIDK | : 0324077602 |
| C. Jabatan/Gol. | : Lektor |
| D. Program Studi | : Manajemen |
| E. Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis |
| F. Bidang Keahlian | : Manajemen Pemasaran dan MSDM |
| G. Alamat Kantor | : Jalan Tanjung Duren Utara No. 1 Jakarta |
| H. Nomor HP/Tlp | : 082213196733 |
| 3. Anggota Tim PKM | |
| A. Jumlah Mahasiswa | : 1 orang |
| B. Nama & NIM Mahasiswa 1 | : Jessica April (125230020) |
| C. Nama & NIM Mahasiswa 2 | : - |
| D. Nama & NIM Mahasiswa 3 | : - |
| 4. Lokasi Kegiatan Mitra | : Pasar Kosambi Baru |
| A. Wilayah Mitra | : Jl. Rasamala Hijau 3 No.12 |
| B. Kabupaten/Kota | : Jakarta Barat |
| C. Provinsi | : DKI Jakarta |
| 5. Metode Pelaksanaan | : Luring |
| 5. Luaran yang dihasilkan | : Publikasi Media Massa Cetak |
| 6. Jangka Waktu Pelaksanaan | : Januari-Juli 2024 |
| 7. Pendanaan | |
| Biaya yang disetujui | : Rp. 3.000.000 |

Jakarta, 31 Mei 2024

Menyetujui,
Ketua LPPM



Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.

NIK:10381047

Ketua Pelaksana



Sanny Ekawati, S.E., M.M.

NIDN: 0324077602

SISTEMATIKA

LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

BAB I PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Komunikasi pemasaran memegang peranan yang besar dalam efektifitas kegiatan promosi. Menurut Perrault et al. (2014), komunikasi pemasaran terdiri dari promosi penjualan; penjualan pribadi dan servis pelanggan; dan mass selling yang akan terbagi menjadi periklanan dan publisitas. Menurut Robbins & Coulter (2016), bahwa komunikasi yang efektif akan tepat sasaran sehingga dapat diterima dan memberikan tanggapan sesuai dengan yang diharapkan. Komunikasi yang efektif dapat meningkatkan pemahaman konsumen terhadap produk dan membantu dalam proses penjualan. Komunikasi yang tepat juga memberikan umpan balik yang positif bagi pelanggan.

B. Masalah Mitra dan Solusi

Mas Sarip sebagai pemilik kios sayuran di pasar tradisional Kosambi Baru memiliki usaha yang kurang memadai dalam penjualannya. Masalah yang dihadapi mitra saat ini adalah kurangnya pemahaman mengenai komunikasi pemasaran yang baik dan tepat. Pelanggan Mas Sarip tidak sebanyak seperti rekannya sesama penjual sayuran dan hal ini berdampak pada tingkat penjualan yang kurang memadai pula.

Tujuan kegiatan PKM ini memberikan pengenalan bagi Mas Sarip untuk memahami mengenai komunikasi khususnya dalam pemasaran sehingga dapat memberikan umpan balik yang baik kepada pelanggan. Komunikasi yang tepat akan membuat konsumen merasa nyaman dalam memilih produk dan memutuskan untuk melakukan pembelian.

BAB II PELAKSANAAN

A. Deskripsi Kegiatan

Pelatihan dilakukan dengan mendatangi lokasi kios secara langsung dan memberikan materi pelatihan pada hari Senin, 20 Mei 2024, dari pukul 10.30 sampai dengan 12.00.

B. Metode Pelaksanaan

Pelatihan dilaksanakan secara luring dengan mendatangi langsung lokasi mitra berjualan.

C. Luaran

Luaran yang dihasilkan adalah publikasi Hasil PKM berupa publikasi media massa cetak.

BAB III KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan ini berlangsung dengan baik, didukung peserta pelatihan yang antusias mendengarkan dan berperan aktif selama pelatihan. Mitra kini memahami bahwa untuk membangun hubungan dengan pelanggan diperlukan komunikasi yang efektif dengan memberikan umpan balik yang baik. Komunikasi pemasaran yang dapat dilakukan adalah memberikan *customer service* yang memuaskan bagi pelanggan dan meningkatkan kemampuan *personal selling* dalam kegiatan penjualan.

Daftar Pustaka

Perrault, W. D, Cannon, J.P., & McCarthy, E.J. (2014). *Basic Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach*, 19th Edition. USA: McGraw Hill.

Robbins, S.P., & Coulter, M. (2016). *Management*, 13th Edition. USA: Pearson.

Lampiran

1. Surat tugas
2. Materi paparan (PPT)
3. Foto kegiatan
4. Bukti luaran
5. Kuitansi



UNTAR
Universitas Tarumanagara



SERTIFIKAT

Nomor: 087/D/PKM-100Plus/2024-1/VII/2024

DIBERIKAN KEPADA

Sanny Ekawati, SE., MM.

sebagai:

NARASUMBER

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) 100 Plus

Mitra: Bapak Sarip

Pengenalan Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Kios Sayuran

Bapak Sarip di Jakarta

yang telah dilaksanakan pada tanggal:

20 Mei 2024

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.

PERJANJIAN
PELAKSANAAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PROGRAM PKM100 PLUS 2024 – Periode 1
Nomor: PKM100Plus-2024-1-088-SPK-KLPPM/UNTAR/V/2024

1. Pada hari Senin tanggal 20 bulan Mei Tahun 2024, yang bertanda tangan di bawah ini:

1 Nama : Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Tarumanagara

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Pertama**.

II Nama : Sanny Ekawati, SE., MM.

NIDN/NIDK : 0324077602

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Bertindak untuk diri sendiri dan Anggota Tim Pengusul:

1. Nama : Amanda Farkhatus Tsania
NIM : 115220476
2. Nama : -
NIM : -
3. Nama : -
NIM : -

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Kedua**.

2. Pihak Pertama menugaskan Pihak Kedua untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat atas nama Universitas Tarumanagara dengan:
Judul kegiatan : Merancang Tata Letak Produk Untuk Meningkatkan Minat Belanja Pada Kios Sayuran Bapak Agus
Nama mitra : Bapak Agus
Tanggal kegiatan : 6 Juni 2024
dengan biaya Rp3,000,000 (Tiga Juta Rupiah) dibebankan kepada anggaran Universitas Tarumanagara.
3. Lingkup pekerjaan dalam tugas ini adalah kegiatan sesuai dengan yang tertera dalam usulan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang diajukan oleh Pihak Kedua, dan telah disetujui oleh Pihak Pertama yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam surat tugas ini.
4. Pihak Kedua wajib menyerahkan laporan kegiatan dan luaran kegiatan selambat-lambatnya tanggal 31 Juli 2024, sesuai prosedur dan peraturan yang berlaku dengan format sesuai ketentuan.

Pihak Pertama



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.

Pihak Kedua



Sanny Ekawati, SE., MM.

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



MERANCANG TATA LETAK PRODUK UNTUK MENINGKATKAN
MINAT BELANJA PADA KIOS SAYURAN MAS AGUS

Disusun oleh:

Ketua Tim

Sanny Ekawati, SE., MM. [NIDN: 0324077602]

Anggota:

Amanda Farkhatas Tsania [NIM: 115220476]

PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
JUNI 2024

Halaman Pengesahan
Laporan Pengabdian kepada Masyarakat

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1. Judul PKM | : Merancang Tata Letak Produk Untuk Meningkatkan Minat Belanja Pada Kios Sayuran Mas Agus |
| 2. Nama Mitra PKM | : Agus |
| 3. Ketua Tim Pelaksana | |
| A. Nama dan Gelar | : Sanny Ekawati, SE., MM. |
| B. NIDN/NIDK | : 0324077602 |
| C. Jabatan/Gol. | : Lektor |
| D. Program Studi | : Manajemen |
| E. Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis |
| F. Bidang Keahlian | : Pemasaran dan SDM |
| G. Alamat Kantor | : Jalan Tanjung Duren Utara No. 1 Jakarta |
| H. Nomor HP/Tlp | : 082213196733 |
| 3. Anggota Tim PKM | |
| A. Jumlah Mahasiswa | : 1 orang |
| B. Nama & NIM Mahasiswa 1 | : Amanda Farkhatas Tsania (115220476) |
| C. Nama & NIM Mahasiswa 2 | : - |
| D. Nama & NIM Mahasiswa 3 | : - |
| 4. Lokasi Kegiatan Mitra | : Pasar Kosambi Baru |
| A. Wilayah Mitra | : Jl. Rasamala Hijau 3 No.12 |
| B. Kabupaten/Kota | : Jakarta Barat |
| C. Provinsi | : DKI Jakarta |
| 5. Metode Pelaksanaan | : Luring |
| 5. Luaran yang dihasilkan | : Publikasi Media Massa Cetak |
| 6. Jangka Waktu Pelaksanaan | : Januari-Juli 2024 |
| 7. Pendanaan | |
| Biaya yang disetujui | : Rp. 3.000.000 |

Jakarta, 11 Juni 2024

Menyetujui,
Ketua LPPM



Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.

NIK:10381047

Ketua Pelaksana

Sanny Ekawati, S.E., M.M.

NIDN: 0324077602

SISTEMATIKA

LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

BAB I PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Salah satu tujuan dari perancangan tata letak fasilitas produksi adalah penggunaan ruangan yang lebih efektif dan menarik perhatian konsumen. Tata letak yang baik akan memudahkan ruang gerak bagi penjual dan arus produk. Selain itu juga dapat menarik perhatian konsumen sehingga meningkatkan keingintahuannya terhadap produk dan akhirnya mendorong terjadinya pembelian produk. Menurut penelitian Pramesti, et.al (2019), perbaikan kondisi tata letak fasilitas produksi dapat meminimalkan jarak perpindahan bahan, waktu proses pemindahan bahan, dan tingkat kecelakaan kerja. Tata letak juga memiliki banyak dampak strategis karena tata letak menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses, dan fleksibilitas. Menurut Reid & Sanders (2013), perencanaan tata letak merupakan suatu metode dalam menentukan atau merencanakan untuk pengaturan fasilitas yang terbaik dari semua sumber daya yang ada untuk dipakai dalam ruang.

B. Masalah Mitra dan Solusi

Mas Agus selaku pemilik kios sayuran di pasar tradisional Kosambi Baru memiliki tata letak produk yang kurang memadai. Masalah yang dihadapi mitra saat ini adalah ketidakmampuannya untuk merancang tata letak yang lebih teratur dan menarik perhatian konsumen. Maka kegiatan PKM ini bertujuan untuk memberikan pelatihan mengenai pentingnya merancang tata letak yang baik untuk meningkatkan minat membeli konsumen terhadap produk. Perbaikan tata letak produk membuat konsumen lebih mudah melihat dan memilih produk yang akan dibeli. Selain itu, memperbaiki fasilitas keranjang belanja merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen sehingga terlihat lebih *eye catching*. Tim PKM memberikan keranjang belanja sayur bagi Mas Agus yang tentu saja lebih memadai dan menarik. Tim PKM juga membantu mengarahkan peletakan barang-barang dagangan mitra agar lebih efektif dan efisien.

BAB II PELAKSANAAN

A. Deskripsi Kegiatan

Pelatihan dilakukan dengan mendatangi lokasi kios secara langsung dan memberikan materi pelatihan pada hari Kamis, 6 Juni 2024, dari pukul 10.30 sampai dengan pukul 12.00.

B. Metode Pelaksanaan

Pelatihan dilaksanakan secara luring dengan mendatangi langsung lokasi mitra berjualan.

C. Luaran

Luaran yang dihasilkan adalah publikasi Hasil PKM berupa publikasi media massa cetak.

BAB III KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan ini berlangsung dengan baik, didukung peserta pelatihan yang antusias mendengarkan dan berperan aktif selama pelatihan. Para peserta pelatihan memahami pentingnya melakukan tata letak barang yang baik untuk memudahkan konsumen melihat dan memilih sayur yang akan dibeli. Keranjang sayur baru berwarna warni yang diberikan kepada Mitra juga diharapkan akan lebih menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian produk.

Daftar Pustaka

Pramesti, Maulina., et.al. (2019). Perencanaan Ulang Tata Letak Fasilitas Produksi Keripik Nangka dan Usulan Keselamatan Kesehatan Kerja di UMKM Duta Fruit Chips, Kabupaten Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*, 3(2): 150-164, November 2019.
<http://ejournal2.undip.ac.id/index.php/agrisocionomics>.

Reid & Sanders. (2013). *Operations Management* 5th. United States: Wiley.

Lampiran

1. Surat tugas
2. Materi paparan (PPT)
3. Foto kegiatan
4. Bukti luaran
5. Kuitansi



UNTAR
Universitas Tarumanagara



SERTIFIKAT

Nomor: 088/D/PKM-100Plus/2024-1/VII/2024

DIBERIKAN KEPADA

Sanny Ekawati, SE., MM.

sebagai:

NARASUMBER

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) 100 Plus

Mitra: Bapak Agus

Merancang Tata Letak Produk Untuk Meningkatkan Minat Belanja Pada Kios Sayuran Bapak Agus

yang telah dilaksanakan pada tanggal:

6 Juni 2024

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.

PERJANJIAN
PELAKSANAAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PROGRAM PKM100 PLUS 2024 – Periode 1
Nomor: PKM100Plus-2024-1-089-SPK-KLPPM/UNTAR/V/2024

1. Pada hari Senin tanggal 20 bulan Mei Tahun 2024, yang bertanda tangan di bawah ini:

I Nama : Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.
 Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
 Universitas Tarumanagara

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Pertama**.

II Nama : Sanny Ekawati, SE., MM.

 NIDN/NIDK : 0324077602
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Bertindak untuk diri sendiri dan Anggota Tim Pengusul:

1. Nama : Effia Rosetta Yandarmadi
 NIM : 125230024
2. Nama : -
 NIM : -
3. Nama : -
 NIM : -

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Kedua**.

2. Pihak Pertama menugaskan Pihak Kedua untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat atas nama Universitas Tarumanagara dengan:

Judul kegiatan : Assortment Product Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Warung Pak Arham

Nama mitra : Bapak Arham

Tanggal kegiatan : 24 Juni 2024

dengan biaya Rp3,000,000 (Tiga Juta Rupiah) dibebankan kepada anggaran Universitas Tarumanagara.

3. Lingkup pekerjaan dalam tugas ini adalah kegiatan sesuai dengan yang tertera dalam usulan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang diajukan oleh Pihak Kedua, dan telah disetujui oleh Pihak Pertama yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam surat tugas ini.

4. Pihak Kedua wajib menyerahkan laporan kegiatan dan luaran kegiatan selambat-lambatnya tanggal 31 Juli 2024, sesuai prosedur dan peraturan yang berlaku dengan format sesuai ketentuan.

Pihak Pertama



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.

Pihak Kedua



Sanny Ekawati, SE., MM.

Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana

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



ASSORTMENT PRODUCTS UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA WARUNG PAK ARHAM DI JAKARTA

Disusun oleh:

Ketua Tim

Sanny Ekawati, SE., MM. [NIDN: 0324077602]

Anggota:

Effia Rosetta Yandarmadi (125230024)

PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
JULI 2024

Halaman Pengesahan
Laporan Pengabdian kepada Masyarakat

1. Judul PKM : *Assortment Product* Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Warung Pak Arham
2. Nama Mitra PKM : Bapak Arham
3. Ketua Tim Pelaksana
 - A. Nama dan Gelar : Sanny Ekawati, SE., MM.
 - B. NIDN/NIDK : 0324077602
 - C. Jabatan/Gol. : Lektor
 - D. Program Studi : Manajemen
 - E. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 - F. Bidang Keahlian : Manajemen Pemasaran dan MSDM
 - G. Alamat Kantor : Jalan Tanjung Duren Utara No. 1 Jakarta
 - H. Nomor HP/Tlp : 082213196733
3. Anggota Tim PKM
 - A. Jumlah Mahasiswa : 1 orang
 - B. Nama & NIM Mahasiswa : Effia Rosetta Yandarmadi (125230024)
 - C. Nama & NIM Mahasiswa 2 : -
 - D. Nama & NIM Mahasiswa 3 : -
4. Lokasi Kegiatan Mitra : Candulan, Tangerang
 - A. Wilayah Mitra : Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Gg. CDI Utama No.55
 - B. Kabupaten/Kota : Cipondoh
 - C. Provinsi : Tangerang
5. Metode Pelaksanaan : Luring
5. Luaran yang dihasilkan : Publikasi Media Massa Cetak
6. Jangka Waktu Pelaksanaan : Januari-Juli 2024
7. Pendanaan : Rp. 3.000.000
 - Biaya yang disetujui

Jakarta, 01 Juli 2024

Menyetujui,
Ketua LPPM



Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.

NIK:10381047

Ketua Pelaksana

Sanny Ekawati, S.E., M.M.

NIDN: 0324077602

SISTEMATIKA

LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

BAB I PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Posisi UMKM sebagai pengecer memegang peranan penting dalam membantu perputaran uang dan perluasan keberadaan produk (Levy, et.al., 2019). Pengecer membantu dalam mengembangkan kondisi sosial dan ekonomi suatu negara. Secara sosial akan berdampak pada *green retailing* yaitu pengecer yang semakin peduli akan kelestarian lingkungan dan memberikan pertanggungjawabannya melalui CSR (*Corporate Social Responsibility*). Secara ekonomi akan membantu peredaran uang dan memberikan kesejahteraan bagi banyak orang karena mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan taraf kualitas kehidupan. Menurut Levy, et.al. (2019), pengecer memberikan nilai sehingga keberadaannya dibutuhkan. Salah satu manfaat yang diberikan oleh pengecer adalah menciptakan keragaman produk. Pengecer mampu menyediakan berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan jumlah pembelian yang dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen. Melalui pengecer, konsumen dengan mudah dapat menemukan produk yang dibutuhkan dengan berbagai varian, jumlah yang lebih kecil, dan harga yang lebih terjangkau. Menurut Perrault et.al. (2014), keberadaan pengecer memegang peranan sebagai fungsi saluran distribusi dalam menyebarluaskan ketersediaan produk.

B. Masalah Mitra dan Solusi

Pak Arham sebagai pengecer memiliki warung kecil di depan rumahnya yang menjual berbagai produk *convenience*. Di warungnya Pak Arham menjual *biscuit*, mie instan, kopi sachet, air mineral, teh pucuk ukuran besar, dan susu kemasan. Sayangnya produk yang dijual Pak Arham masih terbatas baik dalam hal variasi dan ukuran, sehingga kesulitan dalam memutarakan barang dagangannya.

Tujuan kegiatan PKM ini memberikan pengenalan bagi Pak Arham untuk memahami mengenai pentingnya keanekaragaman produk dalam dagangannya dan memecahnya dalam ukuran yang lebih kecil, sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen di lingkungan tempat berjualan Pak Arham.

BAB II PELAKSANAAN

A. Deskripsi Kegiatan

Pelatihan dilakukan dengan mendatangi lokasi kios secara langsung dan memberikan materi pelatihan pada hari Senin, 24 Juni 2024, dari pukul 09.00 sampai dengan pukul 11.00.

B. Metode Pelaksanaan

Pelatihan dilaksanakan secara luring dengan mendatangi langsung lokasi mitra berjualan.

C. Luaran

Luaran yang dihasilkan adalah publikasi Hasil PKM berupa publikasi media massa cetak.

BAB III KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan ini berlangsung dengan baik, didukung peserta pelatihan yang antusias mendengarkan dan berperan aktif selama pelatihan. Mitra kini memahami bahwa salah satu cara untuk menarik minat konsumen adalah dengan mengembangkan barang dagangan yang dijual sehingga lebih bervariasi dan lebih banyak pilihan. Diharapkan dengan kegiatan ini akan dapat meningkatkan penjualan barang dagangan Pak Arham dan membuat konsumen senang (puas).

Daftar Pustaka

Levy, M. PhD, Weitz, B.A., PhD, & Grewal, D., PhD. (2019). *Retailing Management*, 10th Edition. USA: McGraw Hill.

Perrault, W. D, Cannon, J.P., & McCarthy, E.J. (2014). *Basic Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach*, 19th Edition. USA: McGraw Hill.

Lampiran

1. Surat tugas
2. Materi paparan (PPT)
3. Foto kegiatan
4. Bukti luaran
5. Kuitansi



UNTAR
Universitas Tarumanagara



SERTIFIKAT

Nomor: 089/D/PKM-100Plus/2024-1/VII/2024

DIBERIKAN KEPADA

Sanny Ekawati, SE., MM.

sebagai:

NARASUMBER

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) 100 Plus

Mitra: Bapak Arham

Assortment Product Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Warung Pak Arham

yang telah dilaksanakan pada tanggal:

24 Juni 2024

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.

SURAT TUGAS

Nomor: 135-R/UNTAR/Pengabdian/XII/2024

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

SANNY EKAWATI, S.E., M.M.

Untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan data sebagai berikut:

Judul	:	ANALISIS FAKTOR INTERNAL USAHA WARUNG PADA WARUNG IBU NINGSIH DI TANGERANG
Mitra	:	Ibu Ningsih
Periode	:	Semester Ganjil 2024/2025
URL Repository	:	-

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

26 Desember 2024

Rektor



Prof. Dr. Amad Sudiro, S.H., M.H., M.Kn., M.M.

Print Security : d35cc6ead1ffd5ee6e0206ef0d4309f9

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.

Jl. Letjen S. Parman No. 1, Jakarta Barat 11440
P: 021 - 5695 8744 (Humas)
E: humas@untar.ac.id

     [Untar Jakarta](#)

 untar.ac.id

Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana

LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



ANALISIS FAKTOR INTERNAL USAHA WARUNG PADA WARUNG IBU NINGSIH DI TANGERANG

Disusun oleh:

SANNY EKAWATI, SE., MM. (0324077602/10100004)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2024**

PENDAHULUAN

Sebuah usaha akan dapat berjalan dengan baik jika memiliki kemampuan untuk mengelolanya. Salah satu kemampuan yang dituntut adalah dengan memahami kekuatan dan kelemahan dari usaha yang dimiliki. Kemampuan menganalisis kekuatan dan kelemahan ini merupakan analisis internal perusahaan yang tercakup di dalam analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunity, Threats*). Manfaat dari mengetahui SWOT ini untuk memberikan arahan dalam menentukan strategi kompetitif. Kekuatan adalah faktor keunggulan atau sumber daya yang dimiliki oleh usaha bisnis tersebut yang harus lebih ditonjolkan sebagai kompetensi inti (Robbins and Coulter, 2016). Kelemahan adalah kekurangan yang dimiliki oleh usaha bisnis tersebut dan perlu untuk diminimalisir keberadaannya (Kotler and Amstrong, 2021).

Ibu Ningsih, selaku pemilik usaha warung kecil di depan rumahnya di daerah Tangerang, belum pernah memahami kondisi internal dari usahanya tersebut. Masalah yang dihadapi mitra saat ini adalah ketidakmampuannya melihat kekuatan dan kelemahan usahanya. Maka kegiatan PKM ini bertujuan untuk memberikan edukasi terkait kekuatan dan kelemahan dari usaha warung Ibu Ningsih untuk mengedepankan keunggulan yang dimiliki usaha Ibu Ningsih agar menarik lebih banyak pelanggan dan mempertahankan usaha yang sudah dengan baik dijalankan. Dengan mengetahui kelemahan, maka tindakan yang dapat dilakukan adalah meminimalisir kekurangan tersebut dan memperbaiki masalah internal yang ada.

Kegiatan pelatihan ini berlangsung dengan baik, didukung peserta edukasi yang semangat mendengarkan dan berperan aktif selama pelatihan. Peserta edukasi berusaha memahami paparan materi dan bertekad untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik. Melayani pelanggan dengan baik sebagai salah satu keunggulan yang dimiliki oleh Ibu Ningsih dan mengatasi kelemahan yang ada dari usaha tersebut salah satunya dengan memperhatikan tata letak produk agar lebih rapi dan keberagaman dari produk yang tersedia.

PELAKSANAAN PKM

Secara keseluruhan terdapat dua kegiatan yang dilakukan, yaitu:

1. Memberikan materi mengenai kekuatan dan kelemahan dari suatu usaha.
2. Memberikan pemahaman mengenai meningkatkan keunggulan dan mengurangi kelemahan usaha.

HASIL PKM

Berdasarkan pelaksanaan PKM yang sudah dilakukan, maka hasil PKM yang didapat adalah:

1. Ibu Ningsih memahami mengenai kekuatan dan kelemahan dari usahanya.
2. Ibu Ningsih memahami mengenai cara meningkatkan keunggulan dan mengurangi kelemahan usahanya.

KESIMPULAN

Ibu Ningsih akan melakukan peningkatan dalam hal pelayanan kepada pelanggan, menjaga kebersihan warung, dan mengelola persediaan dari produk warungnya selalu mencukupi.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P., and Armstrong, G (2021). *Principles of Marketing*. 18th Edition. Pearson Education Limited, UK.

Robbins, S.P., & Coulter, M. (2016). *Management*, 13th Edition. USA: Pearson.

CURICULUM VITAE

1. IDENTITAS

Nama Lengkap : Sanny Ekawati
Jenjang Kepangkatan : Lektor 200
NIK / NIDN : 10100004 /0324077602
Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 24 Juli 1976
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Rumah : Perum Griya Permata Blok E4 No.3, Petir, Cipondoh
No Hp : 082213196733
Alamat Email : sannye@fe.untar.ac.id
Jenjang Pendidikan : S1 Manajemen , Universitas Tarumanagara (tahun 1994)
S2 Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara (tahun 2000)

2. PENGALAMAN PENELITIAN

Tahun	Judul	Sumber Dana
Gasal 2018/2019	Peran Kemampuan UKM Terhadap Model Bisnis dan Kinerja Usaha Pada UKM Tasikmalaya, Jawa Barat.	UNTAR
Genap 2019/2020	Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Koperasi <i>Mart</i> 212 Tirtayasa, Pinang Kota Tangerang	UNTAR
Gasal 2020/2021	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT “UK” di Tangerang	UNTAR
Genap 2020/2021	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Overall Satisfaction Pengguna MRT pada Masa Pandemi Covid-19	UNTAR
Tahun 2022	Pengaruh Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. MMU Jakarta	UNTAR
Tahun 2023	The Effect of Work Environment and Compensation on Employee Work Satisfaction at Medical Appliance Company	UNTAR
Tahun 2024	Pengaruh Customer Review dan Brand Trust terhadap Purchase Intention Nature Republic E-Commerce Sociolla	UNTAR

3. PENGALAMAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Tahun	Judul	Sumber Dana
Gasal 2018/2019	Implementasi Keunggulan Bersaing & Pendampingan Redesain Kemasan Dalam Meningkatkan Perilaku Pada UKM Ritel di Tangerang	UNTAR
Genap 2018/2019	Optimalisasi Model Keuntungan Strategis, Pemahaman Perilaku Belanja Serta Pendampingan Pengemasan Produk Pada Usaha Ritel di Pasar Tradisional Tangerang	UNTAR
Gasal 2019/2020	Penetapan Layout Untuk Memperlancar Arus Barang Pada Toko Casayo	UNTAR
Genap 2019/2020	Penentuan Strategi Bisnis Pada Toko Casayo	UNTAR
Gasal 2020/2021	Penetapan Tata Letak Untuk Memperlancar Arus Barang Pada Aneka Cahaya Pelumas di Bekasi	UNTAR
Genap 2020/2021	Pelatihan Penentuan Indikator Internal dan Eksternal Untuk Penentuan Strategi Bisnis Pada Aneka Cahaya Plumas di Bekasi	UNTAR
Gasal 2021/2022	PEMBEKALAN MATERI KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA SUCCULENT HOUSE DI JAKARTA UTARA	Mandiri
Gasal 2022/2023	PENERAPAN MOTIVASI UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KARYAWAN PADA TOKO KALKULATOR GROSIR DI JAKARTA	Mandiri
Gasal 2023/2024	Penyuluhan Peranan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk Pada Kios Kue Ibu Ayen	UNTAR
Genap 2023/2024	Pengenalan Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Kios Sayuran Mas Sarip di Jakarta	UNTAR



UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA

Pelatihan Penentuan Kekuatan dan Kelemahan Usaha untuk Meningkatkan Penjualan

PKM UNTAR

www.untar.ac.id [f Untar Jakarta](#) [@UntarJakarta](#) [@untarjakarta](#)

1

MANAJEMEN STRATEGIS

Manajemen strategis: apa yang dilakukan pemilik usaha untuk mengembangkan strategi organisasi.

Strategi: rencana mengenai bagaimana sebuah organisasi akan melakukan apa yang perlu dikerjakan dalam bisnis, bagaimana mereka akan menang bersaing, dan bagaimana perusahaan menarik serta memuaskan pelanggan agar dapat mencapai tujuan.

Model bisnis: bagaimana perusahaan akan menghasilkan uang



UNTAR
Universitas Tarumanagara

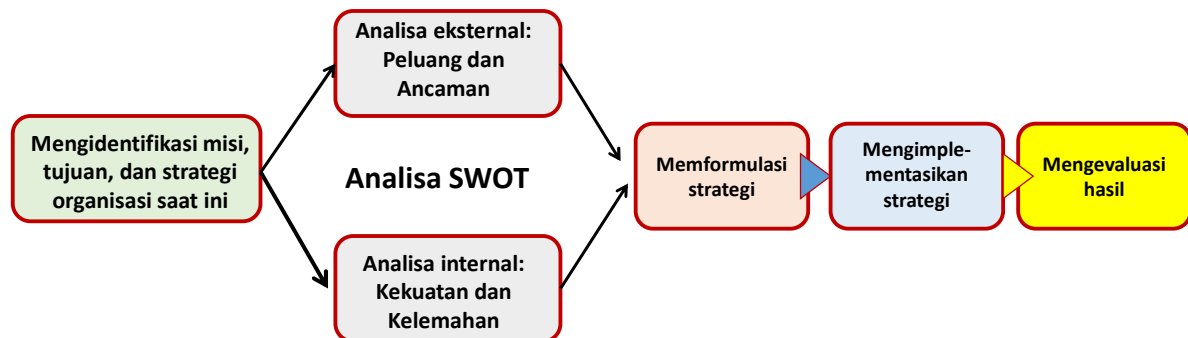


UNTAR untuk INDONESIA

2

MANAJEMEN STRATEGIS

PROSES MANAJEMEN STRATEGIS:



- Kekuatan adalah:

Keunggulan/kelebihan yang dimiliki oleh suatu usaha. Sumber daya yang kuat yang merupakan keunggulan komparatif yang dimiliki suatu usaha bisnis.

- Kelemahan adalah:

Sumber daya yang tidak dimiliki atau kekurangan dari suatu usaha bisnis yang harus diminimalisir keberadaannya.

- Analisa Internal:

1. Kekuatan:

- a. Pelanggan yang cukup besar
- b. Usaha yang sudah cukup lama
- c. Harga yang bersaing
- d. Pelayanan yang ramah



UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA

5

- Analisa Internal:

2. Kelemahan:

- a. Tata letak produk yang kurang rapi
- b. Kebersihan yang kurang terjaga
- c. Peralatan yang sudah usang



UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA

6

MANAJEMEN STRATEGIS**KEUNGGULAN KOMPETITIF:**

Faktor yang membedakan usaha, keunggulan uniknya:

- Kualitas sebagai keunggulan kompetitif
- Media sosial sebagai keunggulan kompetitif
- Mempertahankan keunggulan/kekuatan kompetitif