

**PERJANJIAN PELAKSANAAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PERIODE I TAHUN ANGGARAN 2022
NOMOR : 0080-Int-KLPPM/UNTAR/III/2022**

Pada hari ini Selasa tanggal 01 bulan Maret tahun 2022 yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Alamat : Jl. Letjen S. Parman No. 1 Jakarta Barat 11440
selanjutnya disebut **Pihak Pertama**
2. Nama : Andi Wijaya, SE., MM
Jabatan : Dosen Tetap
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Tanjung Duren Utara, No. 1 Jakarta Barat 11470
selanjutnya disebut **Pihak Kedua**

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

Pasal 1

- (1). **Pihak Pertama** menugaskan **Pihak Kedua** untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat atas nama Universitas Tarumanagara dengan judul "**Pelatihan Membuat Rencana Bisnis (*Business Plan*) Pada Karyawan PT Mandiri Pratama Ruslim di Tangerang**"
- (2). Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilaksanakan berdasarkan perjanjian ini dan Perjanjian Luaran Tambahan PKM.
- (3). Perjanjian Luaran Tambahan PKM pembiayaannya diatur tersendiri.

Pasal 2

- (1). Biaya pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud Pasal 1 di atas dibebankan kepada **Pihak Pertama** melalui anggaran Universitas Tarumanagara.
- (2). Besaran biaya pelaksanaan yang diberikan kepada **Pihak Kedua** sebesar Rp 6.500.000,- (Enam juta lima ratus ribu rupiah), diberikan dalam 2 (dua) tahap masing-masing sebesar 50%.
- (3). Pencairan biaya pelaksanaan Tahap I akan diberikan setelah penandatanganan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (4). Pencairan biaya pelaksanaan Tahap II akan diberikan setelah **Pihak Kedua** melaksanakan pengabdian kepada masyarakat, mengumpulkan laporan akhir, *logbook*, laporan pertanggungjawaban keuangan dan luaran/draf luaran.
- (5). Rincian biaya pelaksanaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (3) terlampir dalam Lampiran Rencana dan Rekapitulasi Penggunaan Biaya yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam perjanjian ini.

Pasal 3

- (1). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan dilakukan oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan proposal yang telah disetujui dan mendapatkan pembiayaan dari **Pihak Pertama**.
- (2). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dalam Periode I, terhitung sejak **Januari – Juni 2022**

Pasal 4

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

Pasal 5

- (1). **Pihak Kedua** wajib mengumpulkan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan luaran/draf luaran.
- (2). Laporan Akhir disusun oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah ditetapkan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (3). *Logbook* yang dikumpulkan memuat secara rinci tahapan kegiatan yang telah dilakukan oleh **Pihak Kedua** dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat
- (4). Laporan Pertanggungjawaban yang dikumpulkan **Pihak Kedua** memuat secara rinci penggunaan biaya pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat yang disertai dengan bukti-bukti.
- (5). Luaran Pengabdian Kepada Masyarakat yang dikumpulkan kepada **Pihak Kedua** berupa luaran wajib dan luaran tambahan.
- (6). **Luaran wajib** hasil Pengabdian Kepada Masyarakat berupa artikel ilmiah yang dipublikasikan di **Serina Untar IV 2022, jurnal ber-ISSN atau prosiding nasional/internasional**.
- (7). Selain luaran wajib sebagaimana disebutkan pada ayat (6) di atas, **Pihak Kedua** wajib membuat poster untuk kegiatan *Research Week*.
- (8). Draft luaran wajib dibawa pada saat dilaksanakan Monitoring dan Evaluasi (*Monev*) PKM.
- (9). Batas waktu pengumpulan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan luaran adalah **Juni 2022**

Pasal 6

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

Pasal 7

- (1). Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, Pihak Kedua dibantu oleh Asisten Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat yang identitasnya sebagai berikut:
 - a. Nellia/115190337/Fakultas Ekonomi/Manajemen
- (2). Pelaksanaan asistensi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) ditetapkan lebih lanjut dalam Surat tugas yang diterbitkan oleh Pihak Pertama.

Pasal 8

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

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

Pihak Pertama



Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.

Pihak Kedua

Andi Wijaya, SE., MM

**RENCANA PENGGUNAAN BIAYA
(Rp)**

Rencana Penggunaan Biaya	Jumlah
Honorarium	Rp 0,-
Pelaksanaan Kegiatan	Rp Rp 6.500.000,-

**REKAPITULASI RENCANA PENGGUNAAN BIAYA
(Rp)**

NO	POS ANGGARAN	TAHAP I (50 %)	TAHAP II (50 %)	JUMLAH
1	Honorarium	Rp 0,-	Rp 0,-	Rp 0,-
2	Pelaksanaan Kegiatan	Rp 3.250.000,-	Rp 3.250.000,-	Rp 6.500.000,-
	Jumlah	Rp 3.250.000,-	Rp 3.250.000,-	Rp 6.500.000,-

Jakarta, 2 Maret 2022



Andi Wijaya, SE., MM

LAPORAN AKHIR
PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN
KE DIREKTORAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT



**PELATIHAN MEMBUAT RENCANA BISNIS (*BUSINESS PLAN*) PADA
KARYAWAN PT MANDIRI PRATAMA RUSLIM DI TANGERANG**

Diusulkan oleh

Ketua tim

ANDI WIJAYA (10199023)

Anggota:

NELLIA (115190337)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2022**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENGABDIAN KEPADA
MASYARAKAT
Semester Genap 2021/2022**

1. Judul : Pelatihan membuat rencana bisnis
(*business plan*) Pada Karyawan PT
Mandiri Pratama Ruslim di Tangerang
2. Nama mitra PKM : PT. Mandiri Pratama Ruslim
3. Ketua Tim Pengusul
 - a. Nama dan gelar : Andi Wijaya, SE., MM
 - b. NIP/NIDN : 10199023/ 0326097403
 - c. Jabatan/Golongan : Lektor Kepala
 - d. Program studi : S1 Manajemen
 - e. Fakultas : Ekonomi
 - f. Bidang Keahlian : Manajemen/08161926021
 - g. Nomor HP/telp :
4. Anggota Tim PKM
 - a. Jumlah anggota (mahasiswa) : 1 orang
 - b. Nama & NIM Mahasiswa 1 : Nellia (115190337)
 - c. Nama & NIM Mahasiswa 2 :
 - d. Nama & NIM Mahasiswa 3 :
 - e. Nama & NIM Mahasiswa 4 :
5. Lokasi kegiatan mitra
 - a. Wilayah mitra : DKI Jakarta
 - b. Kabupaten/kota : Serpong Utara/Tangerang
 - c. Provinsi : Banten
6. Metode Pelaksanaan : Luring
7. Luaran yang dihasilkan : Serina
8. Jangka waktu pelaksanaan : Februari – Juli 2022
9. Pendanaan
 - a. Biaya yang diusulkan :

Jakarta, 24 Juni 2022

Menyetujui
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian
kepada Masyarakat

Jap Tji Beng, Ph.D.
NIK: 10381047



Ketua Tim Pengusul

Andi Wijaya, SE., MM
10199023/ 032609740303

DAFTAR ISI

Halaman

RINGKASAN.....	4
BAB I PENDAHULUAN	
A. Analisis situasi.....	5
B. Prioritas permasalahan	7
BAB 2 SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN	
A. Solusi Permasalahan	8
B. Luaran Kegiatan PKM	11
BAB III METODE PELAKSANAAN	
A. Langkah-langkah/Tahapan Pelaksanaan	12
B. Model yang Ditawarkan.....	12
C. Kepakaran dan Pembagian Tugas TIM	13
BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG INGIN DICAPAI	
A. Profil usaha	15
B. Pelatihan pembuatan <i>business plan</i>	16
C. Rencana tahapan selanjutnya.....	25
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
a. Kesimpulan.....	27
b. Saran	27
DAFTAR PUSTAKA	28
LAMPIRAN: Materi yang disampaikan pada saat kegiatan PKM	

RINGKASAN

Business plan merupakan suatu dokumen tertulis yang menggambarkan sifat bisnis yang akan dijalankan. Dalam dokumen ini harus mengandung strategi penjualan dan pemasaran secara rinci, kondisi keuangan, juga pendapatan serta pengeluaran selama menjalankan bisnis tersebut. Pembuatan dokumen ini bertujuan untuk mencantumkan tujuan yang ingin diraih oleh perusahaan, serta cara untuk mencapai tujuan tersebut dengan baik. Selain itu, suatu *business plan* juga bisa dijadikan arahan tentang bagaimana suatu perusahaan mampu menjawab berbagai masalah dan tantangan yang ada di masa depan. Pengabdian masyarakat ini adalah dengan menghadirkan suatu kegiatan pelatihan pembuatan rencana bisnis bagi karyawan PT Mandiri Pratama Ruslim yang terdampak akan kondisi pandemik ini agar mereka mempersiapkan diri untuk memulai usahanya. Kegiatan yang akan dilakukan secara luring tentang pembuatan rencana bisnis dalam situasi pandemi COVID-19 ini.

Program PKM ini berupa Pelatihan membuat rencana bisnis (*business plan*) Pada Karyawan PT Mandiri Pratama Ruslim di Tangerang. Universitas Tarumanagara sebagai kampus *entrepreneur* yang membantu penyediaan dana demi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Kata Kunci: kewirausahaan, rencana bisnis, pandemik

BAB I PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Kewirausahaan mengalami fase yang berkembang dengan berbagai kursus dan program yang disediakan di seluruh dunia. Kewirausahaan juga dipelajari secara ekstensif untuk mencapai teorinya sendiri. Konsep wirausaha terdidik berasal dari tahun 1980-an. Rondstand menyatakan pengusaha masa depan yang berpendidikan akan tahu lebih baik kapan, bagaimana, dan di mana untuk memulai usaha baru mereka. Dalam tiga dekade kemudian, pendidikan kewirausahaan berkembang pesat di seluruh dunia menghadapi berbagai aspek. Setelah periode awal secara besar-besaran membina kewirausahaan interdisipliner di pendidikan tinggi, dampak dari kursus dan program yang relevan sedang diperhatikan. Menjadi wirausaha tidak hanya baik bagi individu tersebut, tetapi juga meningkatkan perekonomian negara tersebut. Wirausaha berperan sebagai benih perekonomian negara, yang berubah menjadi pohon terbesar dan terkuat. Untuk membuat ekonomi suatu negara kuat, fokusnya harus pada generasi muda. Berikutnya adalah mengidentifikasi keterampilan mereka dan kemudian memolesnya dengan cara yang membuat mereka berani; tidak hanya keberanian tetapi juga dukungan penuh dari sekitar dapat mengantarkan mereka menjadi wirausaha yang efektif.

Pemberlakuan kebijakan untuk melakukan pembatasan sosial di wilayah DKI Jakarta, memberikan dampak berupa melemahnya roda perekonomian khususnya di tingkat keluarga pada lapisan masyarakat kecil dan menengah. Atas kondisi tersebut, maka diperlukan upaya untuk memulihkan kondisi ekonomi keluarga bilamana pandemi COVID-19 ini berakhir. Implementasi program kegiatan untuk memecahkan masalah, adalah pemberian pengetahuan dan perkembangan bisnis secara online, analisis tentang pertumbuhan pengguna internet dan pengguna *smartphone* sehingga para peserta mampu menjadi praktisi *technopreneur*. Menurut Mopangga (2015), *technopreneur* adalah entrepreneur zaman baru yang berminat pada teknologi, kreatif, inovatif, dinamis, berani berbeda serta mengambil jalur yang belum

dieksplorasi dan sangat bersemangat dengan pekerjaannya. Menurut Marti'ah (2017), terdapat perbedaan yang signifikan antara *entrepreneurship* biasa dengan *technopreneurship* (*technology entrepreneurship*), yaitu *technology entrepreneurship* fokus pada teknologi yang berfungsi sesuai kebutuhan target pelanggan dan teknologi tersebut dapat dijual dengan mendapatkan keuntungan (profit). *Entrepreneurship* umumnya berhubungan dengan bagian yang kedua, yakni menjual dengan mendapatkan profit. Dampak positif dari hadirnya media sosial adalah kemudahan interaksi, memperluas hubungan relasi, tidak adanya lagi batasan ruang dan waktu, serta penyebaran informasi yang cepat. Kewirausahaan memiliki peran sangat penting dalam memajukan perekonomian suatu negara, sehingga diharapkan setiap warga negara harus memiliki niat untuk berwirausaha. Proses kewirausahaan menuntut kemauan untuk mengambil risiko dengan penuh perhitungan sehingga dapat mengatasi rintangan atau masalah untuk mencapai kesuksesan yang diharapkan. Untuk mengembangkan usaha baru, penting untuk memahami tentang apa yang membuat seseorang menjadi wirausaha. Hal ini disebabkan fakta bahwa kewirausahaan merupakan suatu proses kompleks yang melibatkan kognisi kewirausahaan dan tindakan kewirausahaan. Kewirausahaan juga merupakan perilaku yang disengaja dan terencana.

Dari kondisi di atas menuntut masyarakat untuk berinovasi dalam kondisi new normal ini, perekonomian yang dalam kondisi resesi ini menuntut masyarakat mencoba bertahan dalam kondisi ini. Membuat rencana bisnis penerapan inovasi dengan memanfaatkan teknologi sehingga dapat membantu masyarakat menghadapi new normal ini. Menurut Wikipedia, rencana bisnis adalah pernyataan formal atas tujuan berdirinya sebuah bisnis, serta alasan mengapa pendirinya yakin bahwa tujuan tersebut dapat dicapai, serta strategi atau rencana-rencana apa yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan tersebut. Rencana bisnis juga dapat mengandung informasi tentang latar belakang organisasi atau tim yang bertanggung jawab memenuhi tujuan itu. Rencana dan pengembangan suatu bisnis ini juga dapat disimulasikan menggunakan komputer untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan matang dalam jangka waktu pendek maupun untuk strategi jangka panjang. Menurut

wartaekonomi.co.id, rencana bisnis adalah dokumen tertulis yang menjelaskan secara terperinci bagaimana suatu bisnis akan mencapai tujuannya. Biasanya rencana bisnis ini dibuat oleh bisnis baru. Di dalamnya menjabarkan rencana tertulis dari sudut pandang pemasaran, keuangan, dan operasional. Masyarakat dalam hal ini adalah karyawan PT Mandiri Pratama Ruslim, yang diharapkan mampu berinovasi untuk menghadapi kondisi resesi ini agar mereka dapat “bertahan hidup” pada era new normal ini. Rencana bisnis merupakan salah satu alternatif yang dapat dijalankan oleh para karyawan melalui rencana bisnis yang diimplementasikan mampu menjawab permasalahan yang ada bagi karyawan tersebut.

B. Permasalahan Mitra

Mitra menghadapi ketidakpastian dari perekonomian ini yang berdampak pada efisiensi tenaga kerja. Kondisi ini memaksa mitra melakukan usaha lain dalam upaya bertahan hidup. Hal yang dapat dilakukan adalah kewirausahaan, yaitu dengan membuat rencana bisnis yang nantinya dapat diimplementasikan. Praktik menjalani wirausaha bagi sebagian orang dapat merupakan bakat sejak lahir, namun ada juga yang menjalankan praktik kewirausahaan sebagai akibat kebutuhan ekonomi. Kedua alasan tersebut dapat terjadi pada sebagian besar masyarakat ketika mereka memutuskan untuk berwirausaha. Terdapat jenis usaha yang dapat dilakukan oleh masyarakat, mulai dari produk makanan, minuman, dan lain-lain. Prioritas permasalahan yang akan diselesaikan pada bagian ini adalah menyangkut bagaimana para karyawan mampu melakukan inovasi agar tercipta suatu rencana bisnis yang baik, dimana pemasarannya dapat menggunakan teknologi di era new normal ini.

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

A. Solusi Permasalahan

Perilaku kewirausahaan memperlihatkan kemampuan pengusaha untuk melihat ke depan, berfikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya masih kurang. Wirausaha dalam aspek orientasi prestasi dan komitmen dengan pihak lain masih kurang baik, hal ini ditunjukkan dari tidak munculnya kemauan untuk mengembangkan produk baru serta ketergantungan pada pihak-pihak yang berkepentingan termasuk pemerintah. Menurut Qamariyah dan Dalimunthe (2015), wirausaha sudah memiliki sikap proaktif dan inisiatif yang bagus dalam mengembangkan usaha. Pengetahuan kewirausahaan, motif berprestasi, kemandirian pribadi mempunyai daya dukung secara signifikan terhadap kemandirian usaha. Ketidakmampuan dalam persaingan serta rendahnya tingkat pengelolaan perilaku kewirausahaan merupakan tantangan bagi wirausahawan untuk mampu tumbuh dan berkembang menuju kemandirian usaha. Pada sisi lain diperlukan adanya pertumbuhan usaha yang didasari pada nilai-nilai kewirausahaan dan jiwa kewirausahaan dengan harapan mampu membentuk perilaku wirausaha dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Oleh karena itu perlu adanya strategi pemberdayaan wirausaha menuju kemandirian usaha dengan pendekatan jiwa kewirausahaan, nilai kewirausahaan dan perilaku kewirausahaan.

Menurut Frederick *et al.*, (2016), nilai-nilai kewirausahaan merupakan prasyarat yang berhubungan dengan perilaku kewirausahaan. Nilai-nilai tersebut terdiri atas kreativitas, pengambilan risiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi, dan kemerdekaan (Boohene *et al.*, 2018). Nilai dalam menjalankan bisnis mengandung unsur pertimbangan yang mengembangkan gagasan-gagasan seorang pribadi atau sosial, maka lebih dipilih dibanding dengan bentuk perilaku atau bentuk akhir keberadaan perlawanan atau kebaikan. Nilai menjadi dasar dalam memahami sikap dan motivasi serta nilai mampu mempengaruhi persepsi perilaku dalam menjalankan bisnis, oleh karena itu nilai sangat penting untuk dipelajari dalam mengelola perilaku organisasi. Salah satu sumber yang dimiliki

perusahaan skala kecil dan menengah adalah nilai kepribadian seseorang wirausaha, yaitu nilai-nilai kepribadian yang melekat pada diri seseorang pemilik yang sekaligus pimpinan perusahaan. Nilai yang dianut dalam menjalankan suatu bisnis pada umumnya merupakan nilai-nilai kewirausahaan. Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Proses kreatif hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kepribadian kreatif dan inovatif, yaitu orang yang memiliki jiwa, sikap, dan perilaku kewirausahaan, dengan ciri-ciri: penuh percaya diri, indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab; memiliki inisiatif, indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif; memiliki motif berprestasi, indikatornya terdiri atas orientasi pada hasil dan wawasan ke depan; memiliki jiwa kepemimpinan, indikatornya adalah berani tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak; berani mengambil risiko dengan penuh perhitungan.

Kondisi *new normal* sekarang ini menuntut tiap individu “bertahan hidup” ada banyak individu yang mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK) sebagai akibat perusahaan mengalami kerugian terus menerus sehingga perusahaan merumahkan karyawannya. Individu/karyawan wajib berpikir bagaimana mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam kondisi ini. Apabila individu mengajukan lamaran pekerjaan ke perusahaan lain maka tidak ada jaminan mereka akan diterima mengingat kondisi perusahaan yang kurang baik. Salah satu langkah yang dapat dilakukan oleh individu adalah berwirausaha. Kewirausahaan merupakan proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan tiap individu. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian.

Pemberdayaan masyarakat merupakan pola pikir untuk merubah kondisi masyarakat ke arah yang lebih maju. Program yang telah dilaksanakan di bidang usaha ekonomi khususnya pada sub bidang bantuan pembangunan dan ekonomi masyarakat, beserta dampak program pemberdayaan tersebut terhadap

kemandirian usaha ekonomi masyarakat miskin diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pernyataan Kurniawati (2013), menekankan diperlukan adanya kerjasama yang baik antar pemerintah dan masyarakat dalam mewujudkan kemandirian untuk melaksanakan kegiatan usaha sebelum beralih ke pemberdayaan masyarakat berikutnya. Pemberdayaan yang dilaksanakan dapat meningkatkan kemandirian ekonomi terutama pada produktivitas dan pendapatan masyarakat yang mendapatkan bantuan. Sifat kepribadian seorang wirausaha mempunyai pengaruh positif terhadap prestasi perusahaan, sebaliknya seseorang yang tidak mempunyai nilai kewirausahaan terdapat pengaruh negatif terhadap kinerja usaha. Selain itu membuktikan bahwa sifat kepribadian seorang wirausaha mampu mempengaruhi variasi prestasi perusahaan. Sifat kepribadian yang tinggi seperti pengawasan internal yang tinggi, kesediaan menanggung risiko yang tinggi, keperluan berprestasi yang tinggi, selalu berusaha untuk memperbaiki diri ke arah yang lebih baik dengan merubah tata cara mengelola usaha.

Secara keseluruhan target yang diharapkan dari program ini adalah mengikuti tahapan/langkah sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan kepada para karyawan PT Mandiri Pratama Ruslim tentang pembuatan rencana bisnis.
2. Melakukan *brainstorming* tentang rencana bisnis apa yang akan dikembangkan.
3. Membantu membuat contoh ide bisnis yang disesuaikan dengan kondisi *new normal* dengan memanfaatkan teknologi informasi dan media sosial kepada para karyawan.

Berdasarkan pentingnya pelatihan tersebut untuk para karyawan, maka target yang diharapkan dapat tercipta wirausaha mandiri yang dapat membantu perekonomian nasional. Kondisi di atas menyebabkan para dosen FEB UNTAR berinisiatif untuk memberikan saran untuk penciptaan rencana bisnis hasil pemikiran mereka.

B. Luaran Kegiatan PKM

Target pengabdian kepada masyarakat/luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah agar para karyawan PT Mandiri Pratama Ruslim dapat melakukan inovasi di era new normal ini. Inovasi yang dimaksud dapat berbentuk rencana bisnis yang dibuat berdasarkan hasil inovatif.

Luaran wajib berupa artikel yang akan dipublikasikan dalam seminar Serina yang diselenggarakan oleh Universitas Tarumanagara sehingga dapat diperoleh beberapa saran yang berguna dalam perbaikan untuk kegiatan program pengabdian masyarakat selanjutnya. Sementara untuk luaran tambahan akan dipublikasikan pada PINTAR bidang *Social Science & Humaniora*.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

A. Langkah-langkah/Tahapan Pelaksanaan

Secara keseluruhan terdapat empat tahapan yang dilakukan untuk penentuan tata letak ini, yaitu:

1. Memberikan pelatihan mengenai konsep pembuatan rencana bisnis dan bagaimana pengaplikasiannya yang disesuaikan dengan karakteristik objek. Hal ini dilakukan sebagai dasar para karyawan memahami konsep dasar dari rencana bisnis ini dan aplikasinya dalam kehidupan sehari-hari
2. Membuat daftar rencana bisnis (*brainstorming*) yang akan dijalankan para karyawan.
3. Membuat contoh ide bisnis, ide bisnis ini didasarkan dari pemikiran awal kemudian pemikiran ini diterapkan. Rencana/ide bisnis ini dibuat dan diaplikasikan menggunakan pendekatan teknologi dan dipasarkan melalui media sosial mengingat di masa new normal ini diharapkan tidak terjadi interaksi penjual dengan pembeli.
4. Menyusun draft ide bisnis tersebut dan mensosialisasikan kepada para karyawan PT Mandiri Pratama Ruslim dalam bentuk modul rencana bisnis (*business plan*).

Solusi yang ditawarkan adalah membantu para karyawan dalam membuat ide bisnis ini, dengan ide bisnis ini diharapkan para karyawan memahami bagaimana menciptakan inovasi yang diterapkan dalam ide bisnis melalui pemanfaatan teknologi. Solusi ini sangat membantu bagi Para karyawan PT Mandiri Pratama Ruslim di masa new normal ini agar dapat menambah bahkan meningkatkan penghasilannya.

B. Model yang ditawarkan

Model yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan ini adalah:

1. Membuat kerangka konsep rencana bisnis
Pada bagian ini dilakukan pelatihan mengenai konsep rencana bisnis yang sekiranya dapat dijalankan oleh para karyawan termasuk didalamnya

hambatan-hambatan apa yang akan muncul dan bagaimana mengatasi hambatan tersebut.

2. Mengidentifikasi rencana bisnis tersebut melalui *brainstorming* kepada para karyawan PT Mandiri Pratama Ruslim.

Pada bagian ini dilakukan pengumpulan ide bisnis apa yang akan dijalankan oleh para karyawan perusahaan.

3. Membuat *business plan* atau ide bisnis

Ide bisnis yang dimaksud merupakan suatu rangkaian proses inovatif yang telah dipikirkan kemudian dibahas bagaimana pengimplementasiannya yang dimulai dari produk, harga, promosi, dan distribusi.

C. Kepakaran tim pengabdian kepada masyarakat

Dalam rangka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini seluruh anggota tim telah pakar mengingat pengalaman mengajar dan gelar yang disandanginya disamping itu seluruh anggota tim juga aktif dalam melakukan pengabdian yang diselenggarakan di lingkungan Universitas Tarumanagara. Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan suatu kewajiban bagi dosen untuk memenuhi Tridarma perguruan tinggi disamping itu juga untuk memenuhi persyaratan sertifikasi dosen yang telah diperoleh oleh ketua dan anggota timnya sehingga ketua dan seluruh anggota tim telah memperoleh sertifikasi dosen hingga wajib aktif melakukan pengabdian kepada masyarakat tiap semesternya.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan melakukan pelatihan dan penyuluhan pada para karyawan PT Mandiri Pratama Ruslim di Tangerang. Pelatihan ini dilakukan agar mereka memahami bagaimana para karyawan membuat rencana bisnis yang dapat diterapkan dalam era new normal ini.

Struktur organisasi tim pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari satu orang ketua dan satu orang anggota, seperti yang tertera pada tabel di bawah ini:

No	Nama	Status
1	Andi Wijaya, SE., MM	Ketua tim
2	Nellia	Anggota tim

Pemilihan personil di atas disesuaikan dengan target output yang akan dicapai melalui program ini, yaitu: adanya oide bisnis yang dapat diimplementasikan. Anggota tim di bawah koordinasi ketua tim dan mereka melakukan tugasnya sesuai dengan apa yang telah ditentukan. Proses pengamatan dan/atau observasi untuk dilakukan oleh ketua tim dan anggota melalui survey langsung ke PT Mandiri Pratama Ruslim dilanjutkan memberikan pelatihan kepada mereka.

BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

A. Profil Usaha

Nama : PT Mandiri Utama Ruslim.
Wilayah : Villa Melati Mas Blok H9 no. 60 Tangerang
Kecamatan : Serpong Utara
Propinsi : Banten
Jam buka : 08.00 – 17.00 (Hari Senin- Sabtu)

PT Mandiri Utama Ruslim merupakan sebuah UMKM yang bergerak pada *supplier* alat tulis. Perusahaan ini didirikan oleh Willyams dengan tujuan memenuhi kebutuhan alat tulis bagi masyarakat. Perusahaan menyediakan berbagai macam perlengkapan yang pada umumnya di gunakan di dalam kantor yang meliputi produk kertas, alat tulis dan barang dagang. Semua perlengkapan kantor tersebut merupakan beberapa perlengkapan kantor yang sangat penting bagi perusahaan, karena kegiatan operasional perusahaan tidak lepas dari perlengkapan kantor seperti pensil, pena, penggaris, buku dan lain sebagainya. Perlengkapan kantor yang berkualitas akan membuat karyawan nyaman dalam menggunakan dan menjadi lebih terasa nyaman yang pada akhirnya akan membuat bekerja menjadi lebih fokus. Peralatan tulis, produk kertas dan barang dagang lainnya merupakan salah satu perlengkapan kantor yang sangat penting untuk menunjang kegiatan operasional sehingga Anda akan lebih nyaman pada saat bekerja. Usaha penjualan perusahaan mengalami penurunan yang tajam sebagai akibat pandemi covid-19 yang menyebabkan permintaan alat tulis menurun. Usaha ini melayani konsumen mulai pukul 08.00 sampai dengan 17.00 dalam operasionalnya. Berikut adalah contoh produk perusahaan:



B. Pelatihan pembuatan *business plan*

Pada bagian ini tim memberikan pelatihan dan penyuluhan mengenai konsep dasar pembuatan perencanaan bisnis dan pengaplikasiannya disertai dengan contoh usaha makanan sehat (*healthy food*). Saat menyusun *business plan*, tentu ada beberapa unsur bisnis yang harus ditulis dan dijelaskan di dalamnya. Tanpa adanya salah satu dari unsur ini, pemilik bisnis akan sulit mengetahui konsep usahanya secara menyeluruh. Unsur-unsur yang harus dimuat dalam Perencanaan bisnis

1. Ringkasan Eksekutif

Unsur pertama yang ada pada rencana bisnis adalah ringkasan eksekutif. Unsur ini menjelaskan tentang konsep bisnis, visi dan misi, serta tujuan dari bisnis tersebut. Ringkasan eksekutif adalah kesimpulan dari *business plan* dan biasanya disusun pada bagian awal. Berikut contoh ringkasan eksekutif yang disajikan.

Industri *food and beverage* sedang ramai dengan adanya tren makanan sehat yang terus meningkat terutama dimasa pandemi (Detik, 2020) dan adanya tren pemesanan makanan melalui *platform online* (Kompas, 2021). Hal ini terjadi karena masyarakat mulai memperhatikan asupan makanan yang akan mereka makan untuk menjaga daya tahan tubuh, serta adanya kebijakan pemerintah yaitu PSBB membuat masyarakat tidak dapat bebas melakukan aktivitas diluar rumah. Oleh karena itu, tren pemesanan makanan melalui platform online ikut meningkat. Sehingga, bisnis ini memiliki prospek yang baik ke depannya dan akan menjadi bisnis yang bersifat *sustainability*. Wirausahawan menyediakan makanan sehat, higienis, berkualitas dan enak dengan variasi menu setiap minggunya yang didasari pada makanan khas indonesia. Makanan yang akan disajikan *fresh from the kitchen* sesuai dengan orderan yang masuk dan menggunakan bahan organik berkualitas sebagai bahan utama dalam pembuatan makanan yang ada untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap makanan sehat dan berkualitas tetapi enak.

- Visi: “Menciptakan restoran yang menyajikan makanan yang sehat, higienis, berkualitas, sustainable dan terintegrasi menggunakan teknologi

industri 4.0.”

- Misi: Bisnis yang menyajikan kuliner sehat dan berkualitas tinggi dengan cita rasa Indonesia dan memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen menjadi bentuk *competitive advantage* kami. Untuk jenis menu yang akan disajikan akan bervariasi setiap harinya, sehingga konsumen tidak akan merasa bosan. Pengusaha juga mempersiapkan inovasi dalam kemasan dengan menggunakan *box environmentally friendly* sebagai bentuk *sustainable*. Selain itu juga akan memberikan *experience* baru bagi konsumen dengan memanfaatkan *industry 4.0* untuk melakukan *digital marketing* dan *platform* untuk menjual produk yang ada.

2. Latar Belakang

Selanjutnya adalah latar belakang wirausaha yang menceritakan mengenai siapa saja yang menjalankan bisnis, hingga struktur organisasinya. Latar belakang juga menggambarkan pengalaman bisnis selama berdirinya, serta gambaran singkat tentang keadaan bisnis kamu sekarang. Berikut hal-hal yang dijelaskan mengenai sejarah berdirinya, struktur organisasi, orang yang terlibat, produk atau jasa yang ditawarkan, penjelasan produk dan manfaatnya, pesaing dan daya jual produk, perijinan, model bisnis.

Usaha ini bergerak di industri *food and beverages* yang menyediakan makanan sehat dan berkualitas dengan cita rasa Indonesia yang didirikan tahun 2021 dan sedang dalam proses berkembang.

- Nama perusahaan: XXX
- Model bisnis yang diterapkan:

Model bisnis yang diterapkan dalam usaha ini adalah *Business to Consumer (B2C)* dimana kami sebagai restoran akan menjual produk langsung ke konsumen yang ada. Pelanggan dapat datang langsung ke restoran maupun melakukan *order* melalui layanan *online*.

- Tujuan perusahaan:

Tujuan perusahaan adalah untuk menjadi solusi bagi masyarakat yang ingin mengubah pola hidup melalui makanan yang sehat, berkualitas, serta higienis.

Dan membantu pemerintah dalam mengatasi penyebaran Covid-19 melalui sistem layanan online agar masyarakat tidak perlu keluar rumah.

3. Analisis Pasar

Selain itu, analisis pasar serta *marketing* juga menjadi unsur yang harus dimuat dalam rencana bisnis. Unsur ini mencakupi strategi pemilik bisnis untuk memasarkan produk ke publik. Berikut materi yang disajikan.

- Produk yang dihasilkan

Usaha ini membagi produknya menjadi 2 yaitu vegetarian dan non vegetarian. Makanan vegetarian terbuat dari sayur dan buah seperti salad, *smoothies*, sedangkan non vegetarian terbuat dari olahan daging seperti ayam, salmon dan masih banyak lagi. Sedangkan untuk minuman, terbuat dari campuran sayur dan buah. Wirausahawan selalu menyediakan paket mingguan bagi konsumen yang sedang menjalani diet atau konsumen yang ingin mengonsumsi makanan sehat.

- Target pasar yang dituju

Demo-grafis	Usia: Getting started (18-34) ; Builder (35-59) Jenis Kelamin: Perempuan, Laki-laki Pekerjaan: pelajar, mahasiswa/i, karyawan, dan first jobber. ibu rumah tangga dan pengusaha
Geo-grafis	Negara: Indonesia Wilayah: JABODETABEK Kota: Jakarta Lingkungan Tertentu: Jakarta Barat
Psiko-grafis	<ul style="list-style-type: none"> • Kepribadian: ingin makanan berkualitas, sehat, higienis, memperhatikan dampak lingkungan, dan cepat tanpa perlu mengantri. • Kelas Sosial: menengah dan menengah ke atas • Gaya hidup modern

- Analisis SWOT

S <i>(Strength)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya penerapan teknologi 4.0 dalam penjualan 2. Harga yang di tawarkan terjangkau 3. Menggunakan <i>packaging</i> ramah lingkungan 4. Menyajikan makanan yang sehat dan bermanfaat
W <i>(Weakness)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan tempat <i>dine in</i> yang sedikit hanya ada satu 2. <i>Brand</i> belum terkenal 3. Biaya bahan baku yang cukup tinggi 4. Biaya <i>packaging</i> yang mahal
O <i>(Opportunities)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya <i>trend</i> makanan sehat sejak covid 19 (Noersativa &Azizah, 2021) 2. <i>Trend</i> media sosial yang tinggi (Dahono, 2021) 3. Banyaknya orang yang memilih untuk <i>online food delivery</i> (Annur, 2020) 4. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Prabowo, 2020)
T <i>(Threats)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejak <i>pandemic</i>, banyak orang yang masak di rumah (Setya,2021) 2. Banyaknya persaingan menjadi peluang usaha (Ananda,2021) 3. Masih ada beberapa masyarakat yang belum memahami pent-ingnya hidup sehat (Sumarwoto, 2021) 4. Adanya pemikiran makanan sehat itu mahal (Lestari, 2020)

4. Rencana Operasi

Unsur yang keempat adalah rencana operasi yang berisi tentang sistem operasi dari bisnis. Sistem operasi bisnis ini adalah runtutan alur produksi, mulai dari pembelian bahan dasar produk hingga distribusinya dan proses penagihan transaksi dengan konsumen. Wirausahawan menjalankan usahanya dengan membuka *outlet* sendiri. Dalam *outlet* tersebut terdapat dapur untuk memasak, gudang untuk penyimpanan bahan, *counter* untuk konsumen melakukan pemesanan, serta tempat untuk *dine in* dan *take away*. Konsumen dapat memesan produk dengan mengunjungi *outlet* secara langsung ataupun memesan melalui aplikasi. Pengusaha membuat aplikasi sendiri agar memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan. Konsumen dapat memesan produk yang diinginkan unuk *dine in*, *take away*, ataupun *self pick up* melalui aplikasi Wirausahawan sehingga tidak perlu

mengantri di *outlet* dan makanan yang disajikan tetap *fresh* dan terjaga kualitasnya. Selain aplikasi, konsumen juga dapat memesan produk melalui go food, grab food, serta shopee food. Pemesanan melalui aplikasi ini dapat memberikan potongan harga dengan menggunakan *voucher* yang ada serta setiap selesai melakukan transaksi konsumen akan mendapatkan poin yang dapat ditukarkan dengan produk atau *voucher* yang tersedia. Tempat yang nyaman serta *packaging* yang bagus akan menjadi nilai tambahan bagi konsumen. Oleh sebab itu, penggunaan warna pastel untuk memberikan kesan nyaman dan santai kepada konsumen serta warna hijau yang memberikan kesan *fresh* atau segar. Dua warna tersebut mengandung arti produk ini harus dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen namun juga dapat menyajikan makanan dan minuman yang *fresh* dan segar dengan kualitas yang tetap terjaga.

5. Rencana Pemasaran

Agar strategi pemasaran produk Wirausahawan berjalan dengan efektif, kami menggunakan konsep bauran pemasaran (4P) sebagai salah satu acuan untuk menentukan strategi. Komponen dari konsep tersebut adalah:

- Produk (*Product*)

Produk yang dihasilkan adalah produk berupa makanan sehat yang menggunakan sayuran dari hasil pertanian lokal masyarakat Indonesia sebagai bahan bakunya. Strategi pemasaran yang dilakukan pada sisi produk adalah dengan menetapkan strategi *positioning* produk. Wirausahawan telah menciptakan diferensiasi unik di benak pelanggan sasaran. Produk ini akan memantapkan posisi makanan sehat, bahan bakunya berasal dari Indonesia dan mengadopsi teknologi 4.0 secara komersial, Produk ini juga merupakan jenis makanan sehat siap saji, jadi konsumen tidak perlu menunggu terlalu lama.

- Harga (*Price*)

Strategi pemasaran pada sisi harga produk merupakan penerapan strategi penetapan harga berbasis pasar, yaitu perusahaan merumuskan

strategi penetapan harga berdasarkan kondisi pasar. Dengan kata lain, Wirausahawan berfokus pada pelanggan (kebutuhan) dan pesaing.

- Tempat (*Place*)

Saat mendistribusikan produk ke konsumen, diterapkan dua strategi distribusi. Strategi pertama adalah melalui penjualan pribadi langsung. Setelah membeli langsung, produk akan langsung didistribusikan ke konsumen akhir. Strategi kedua adalah etalase *virtual*. Strateginya adalah proses penjualan produk fisik secara *online*, dan pengiriman dilakukan secara non digital menggunakan fasilitas layanan go jek, grab food, dan shopee food. Etalase *virtual* akan dipotong dari saluran distribusi panjang dari produsen langsung ke konsumen akhir menjadi saluran distribusi yang sangat pendek, yang akan mengurangi biaya distribusi karena tidak ada agen, distributor, atau pengecer yang terlibat.

- Promosi (*Promotion*)

Bisnis akan menggunakan media sosial untuk melakukan banyak kegiatan promosi. Hal ini tentu saja karena saat ini sebagian besar masyarakat sudah menggunakan *smartphone* dan menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-harinya. Oleh karena itu, promosi media sosial adalah langkah promosi yang paling efektif. Di media sosial, juga dapat dilakukan promosi pada hari-hari perayaan tertentu, seperti Hari Kesehatan Dunia, Natal, Idul Fitri, dll. Selain promosi melalui media sosial, juga dapat diterapkan inovasi yaitu menggunakan *barcode*, jika konsumen memindai *barcode*, mereka akan mendapatkan promosi menarik pada pembelian berikutnya dan akan membuat konten yang sangat baik untuk memaksimalkan penggunaan pemasaran *inbound* mediasosial. Penerapan strategi *viral marketing*, dengan menonjolkan aspek unik, dengan membuat konten yang menarik dan viral di media sosial. Selain *inbound marketing*, juga akan menggunakan layanan *endorsement* dari *influencer* dua kali setahun untuk menjangkau calon pelanggan melalui *outbound marketing*. Selain itu akan menggunakan layanan iklan Instagram 24 kali se-tahun dan layanan iklan Tiktok 7 kali

setahun. Strategi pemasaran ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran calon konsumen akan keberadaan produk.

6. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah penggerak perusahaan. Bila SDMnya tidak kompeten atau tidak bisa dipercaya, investor tidak akan mau menaruh investasi di dalam bisnis kamu. SDM juga menentukan kecepatan produksi dan pemasaran produk. *Business plan* juga harus menjelaskan mengenai kompetensi orang yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis pada unsur analisis SDM. Jumlah karyawan serta pengembangan kemampuan juga termasuk pada penjelasan unsur analisis SDM ini termasuk dalam hal penggajian.

SDM yang terlibat dalam keberlangsungan usaha ini, beserta dengan *jobdescription*, *job specification*, dan *salary*

<i>Restaurant Owner</i>	<i>Job description</i>	Bertanggung jawab untuk memimpin, mengatur dan mengelola jalannya restoran.
	<i>Job specification</i>	Pendidikan minimal S1, mempunyai banyak pengalaman, mampu untuk mengambil keputusan besar.
	<i>Salary</i>	Pendapatan yang dihasilkan perusahaan.
<i>Restaurant manager</i>	<i>Job description</i>	Memimpin seluruh operasi dalam suatu restoran
	<i>Job specification</i>	Pendidikan minimal S1 Manajemen, mempunyaipengalaman kerja sebagai manajer minimal 1 tahun, teliti dalam pengambilan keputusan
	<i>Salary</i>	Rp. 9.500.000/bulan
	<i>Job description</i>	Membantu manajer dalam mengelola restoran
<i>Assistant restaurant manager</i>	<i>Job specification</i>	Pendidikan minimal S1 manajemen, mempunyai pengalaman kerja sebagai manajer minimal 1 tahun.
	<i>Salary</i>	Rp. 7.000.000/bulan
<i>Supervisor</i>	<i>Job description</i>	Mengarahkan dan mengawasi rekan kerja bawahannya dengan arahan dari manager dan asisten manajer.

	<i>Job specification</i>	Pendidikan minimal SMA/SMK sederajat, memiliki kemampuan <i>leadership</i> , memiliki pengalaman minimal 1 tahun.
	<i>Salary</i>	Rp. 5.000.000/bulan
<i>Chef</i>	<i>Job description</i>	Merencanakan, mempersiapkan, dan memasak makanan yang akan dijual.
	<i>Job specification</i>	Pendidikan minimal D3 kuliner, memiliki pengalaman 2-4 tahun sebagai <i>chef</i> , memiliki kemampuan mengolah kreasi makanan.
	<i>Salary</i>	Rp. 7.000.000/bulan
<i>Waiter/waitress</i>	<i>Job description</i>	Melayani konsumen yang ada.
	<i>Job specification</i>	Pendidikan minimal SMA/SMK sederajat, ramah, mampu berkomunikasi dan beretika baik.
	<i>Salary</i>	Rp. 3.900.000/bulan
<i>Cook helper</i>	<i>Job description</i>	Membantu <i>chef</i> dalam menyiapkan dan mengolah makanan yang akan dijual.
	<i>Job specification</i>	Pendidikan minimal SMA/SMK, dan diutamakan D3 kuliner, memiliki pengalaman <i>cook helper</i> minimal 1 tahun.
	<i>Salary</i>	Rp. 3.600.000/bulan

7. Analisis Keuangan

Tak hanya SDM, perencanaan bisnis tidak lepas dari perhitungan untung-rugi. Analisis keuangan sebagai proyeksi pendapatan serta pengeluaran bisnis juga harus tertera pada *business plan*. BEP, ROI, modal yang dimiliki sekarang, dana yang dibutuhkan, biaya operasi, proyeksi keuangan di masa depan, perhitungan penggunaan *leverage*, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan finansial usaha dijelaskan pada poin ini.

Berdasarkan kebutuhan dan biaya yang diperlukan, berikut adalah perhitungan, BEP, dan HPP

BEP (*Break Even Point*)

Asumsi penjualan 1 tahun $18.250 \times 35.000 = 638.750.000$

$$\text{BEP} = [\text{Biaya Tetap} / (\text{Hasil Penjualan} - \text{Biaya Variabel})] \times$$

$$100\text{BEP} = [269.200.000 / (638.750.000 - 127.908.000)] \times 100$$

$$\text{BEP} = [269.200.000 / 510.842.000] \times$$

$$100\text{BEP} = 52,69$$

$$\text{BEP UNIT} = \text{BIAYA TETAP} / (\text{HARGA JUAL} - \text{BIAYA}$$

$$\text{VARIABEL}) \text{BEP UNIT} = 269.200.000 / (35.000 - 15.000)$$

HPP (Harga Pokok Penjualan)

Pembelian bersih = Rp

10.659.000

Persediaan Awal =

Rp 5.000.000

Persediaan

Akhir = Rp 900.000

HPP =

Pembelian bersih + Persediaan Awal – Persediaan

Akhir

HPP = 10.659.000 + 5.000.000 – 900.000

HPP = 14.759.000

8. Rancangan Pengembangan

Salah satu hal yang dilihat oleh investor adalah apakah usaha ini dapat berkembang dan melakukan ekspansi. Untuk itu diperlukan komitmen dan usaha untuk memngembangkan bisnis ini, apa saja yang diperlukan dan harus dilakukan dalam mengembangkan bisnis dan strategi pengembangan bisnis yang akan diterapkan. Rancangan pengembangan usaha ini menjadi aspek yang paling sering dijadikan bahan pertimbangan utama investor, karena unsur ini menunjukkan keseriusan pemilik bisnis menjalankan usaha dan rencana keluar dari bisnis. Disamping itu juga diperhatikan risiko usaha, Layaknya hidup, bisnis tentu mempunyai risikonya sendiri. Yang bisa kita lakukan adalah mengantisipasi berbagai jenis risiko ini, seperti risiko operasional, finansial, produksi, likuiditas, dll. Untuk itu diperlukan rencana penanganan risiko tersebut. Setidaknya, dengan mengantisipasi risiko seperti ini dapat meminimalisir atau mengurangi dampak risiko yang ada.

Strategi Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran akan dilakukan dengan mengadakan kolaborasi menu baru. 2. Menggunakan <i>digital marketing</i> untuk melakukan pemasaran. 3. Memberikan <i>loyalty point</i> bagi pelanggan setia sebagai bentuk <i>reward</i>.
Strategi Produksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan produksi dengan mencari bahan berkualitas tinggi untuk diolah menjadi makanan sehat. 2. Bersifat <i>fresh from the kitchen</i> karena akan di produksi ketika ada pesanan. 3. Mengadakan menu yang bersifat <i>seasonal</i> sebagai bentuk inovasi.
Strategi Organisasi dan SDM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan <i>empowerment</i> dengan melakukan <i>training</i> untuk melatih karyawan yang ada. 2. SDM yang ada sudah melalui seleksi dan memenuhi semua kriteria untuk setiap posisi. 3. Melakukan evaluasi karyawan secara berkala.
Strategi Keuangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fokus untuk modal dalam membeli bahan-bahan yang berkualitas tinggi. 2. Investasi dalam teknologi untuk melakukan pemasaran yang optimal. 3. Membuat dan memantau laporan keuangan secara berkala.

D. Rencana Tahapan Selanjutnya

1. Latar belakang masalah

Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini perlu dikembangkan suatu kajian lebih lanjut terhadap perusahaan ini agar keberlanjutan usaha ini dapat terus ada disamping itu juga mampu unggul dalam menghadapi persaingan. Dari hasil pendampingan yang dilakukan terdapat permasalahan utama yang dapat diidentifikasi. Permasalahan dalam hal keuangan terlihat jelas disini, adalah kemampuan karyawan membuat model bisnis masih lemah. Untuk itu diharapkan rencana pengabdian kepada masyarakat selanjutnya yaitu Pada rencana selanjutnya ini tim akan melakukan pelatihan kepada mitra mengenai proses pembuatan *business model canvas*. Adapun tahapan yang digunakan dalam rencana ini adalah:

- a. *Value propositions.*
- b. *Customer segments.*
- c. *Customer relationship.*
- d. *Channels.*
- e. *Key activities.*
- f. *Key resources.*
- g. *Key partners.*
- h. *Cost structures.*
- i. *Revenue streams*

2. Permasalahan Mitra

Model kajian selanjutnya akan dikembangkan sebuah pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan utama, yaitu bagaimana pembuatan *business model canvass* bagi karyawan perusahaan?

3. Tujuan Kegiatan

Berdasarkan prioritas permasalahan yang dihadapi perusahaan maka tujuan kegiatan untuk rencana selanjutnya adalah untuk membuat *business model canvass* bagi karyawan perusahaan

4. Luaran Hasil Kegiatan

Melalui kegiatan ini diharapkan selanjutnya para karyawan mampu bertahan hidup dalam kondisi ini dengan membuat perencanaan bisnis yang baik dan sekiranya dapat diimplementasikan. Luaran yang dapat dihasilkan/diusulkan untuk kegiatan PKM selanjutnya adalah membuat *business model canvass* bagi karyawan perusahaan, *business model canvass* ini digunakan sebagai dasar pembuatan perencanaan bisnis bagi para karyawan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. PT Mandiri Utama Ruslim merupakan toko alat tulis untuk memenuhi pasar Tangerang dan sekitarnya
2. PT Mandiri Utama Ruslim mengalami masalah dalam hal tenaga kerja yang akan dirumahkan karena efek pandemic.
3. PT Mandiri Utama Ruslim berusaha mengalokasikan pekerjanya kepada bidang atau menjadi wirausaha.

B. Saran

1. Perlu dilakukan monitoring terhadap perkembangan pelatihan ini agar mereka dapat mengimplementasikan ide bisnis ini.
2. Untuk rencana selanjutnya diharapkan dapat membuat *business model canvas* agar para karyawan dapat memahami tahapan dalam model bisnis ini, yang meliputi: *value propositions, customer segments, customer relationship, channels, key activities, key resources, key partners, cost structures, revenue streams*

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, F. R. (2021, 27 April). *Ini Alasan Bisnis Kuliner Jadi Pilihan Peluang Usaha Menjanjikan*. Retrieved from Okezone: <https://economy.okezone.com/read/2021/04/26/455/2400875/ini-alasan-bisnis-kuliner-jadi-pilihan-peluang-usaha-menjanjikan>
- Annur, C. M. (2020, Juni 4). *Normal Baru, Layanan Pesan Antar Perusahaan Digital Bersaing Ketat* Artikel ini telah tayang di *Katadata.co.id* dengan judul "Normal Baru, Layanan Pesan Antar Perusahaan Digital Bersaing Ketat". Retrieved from Kata Data: <https://katadata.co.id/ekarina/digital/5ed7cf2400f60/normal-baru-layanan-pesan-antar-perusahaan-digital-bersaing-ketat>
- Boohene, Rosemond, Alison Sheridan, dan Bernice Kotey. (2018). "Gender, personal values, strategies and small business performance: A Ghanaian case study." *Equal Opportunities International* 27 (3): 237–57. <https://doi.org/10.1108/02610150810860075>.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/08/pengguna-smartphone-di-indonesia-2016-2019>
- <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5327796/tahun-ini-masak-di-rumah-jadi-favorit-banyak-orang>
- <https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/21/164007469/perkembangan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-di-indonesia>
- Dahono, Y. (2021, Februari 15). *Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021*. Retrieved from Berita Satu: <https://www.republika.co.id/berita/qmcdmt463/tren-makan-sehat-di-2021-menurut-ahli-diet>
- Frederick, H., Donald F. Kuratko, dan Richard M. Hodgetts. (2016). *Entrepreneurship: theory, process and practice*. Asia-Pacif. Cengage Learning Australia Pty Limited.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Rencana_bisnis
- Kurniawati, D.P. 2013. "Pemberdayaan masyarakat di bidang usaha ekonomi (studi pada badan pemberdayaan masyarakat kota Mojokerto." *Jurnal Administrasi Publik* 1 (4): 9–14.
- Lestari, R. (2020, Juli 3). *Apakah Makanan Sehat Selalu Lebih Mahal ?* Retrieved from Medcomm: <https://www.medcom.id/rona/kesehatan/akW5YeBN-apaakah-makanan-sehat-selalu-lebih-mahal>

- Marti'ah, S., 2017. Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dalam Perspektif Ilmu Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic*, 3(2), 75–82.
- Mopangga, H., 2015. Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo. *Trikonomika*, [daring] 14(1), hal.13–24. Tersedia pada: <http://www.journal.unpas.ac.id/index.php/trikonmika/article/view/587>.
- Noersativa, F., & Azizah, N. (2021, Januari 3). *Tren Makan Sehat di 2021 Menurut Ahli Diet*. Retrieved from *Republika*: <https://www.republika.co.id/berita/qmcdmt463/tren-makan-sehat-di-2021-menurut-ahli-diet>
- Prabowo, G. (2020, December 21). *Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Indonesia*. Retrieved from *Kompas*: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/21/164007469/perkembangan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-di-indonesia>
- Qamariyah, I, dan D. M. J. Dalimunthe. (2015). *Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motif berprestasi, dan kemandirian pribadi terhadap daya saing usaha (pengusaha kuliner skala kecil di jalan Dr. Mansur Medan)*. *Jurnal Ekonomi* 14 (1): 20–25.
- Setya, D. (2021, Januari 10). *Tahun Ini Masak di Rumah Jadi Favorit Banyak Orang*. Retrieved from *Detik Food*: <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5327796/tahun-ini-masak-di-rumah-jadi-favorit-banyak-orang>
- Sumarwoto. (2021, Januari 3). *Memupuk kesadaran masyarakat laksanakan hidup sehat di tengah pandemi*. Retrieved from *Antara News*: <https://www.antaraneews.com/berita/1925492/memupuk-kesadaran-masyarakat-laksanakan-hidup-sehat-di-tengah-pandemi>.
- <https://www.wartaekonomi.co.id/read228855/apa-itu-rencana-bisnis>

PELATIHAN MEMBUAT RENCANA BISNIS (*BUSINESS PLAN*) PADA KARYAWAN PT MANDIRI PRATAMA RUSLIM DI TANGERANG

Andi Wijaya¹, Nellia²

¹Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: andiw@fe.untar.ac.id

²Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: nellia.115190337@stu.untar.ac.id

ABSTRAK

Business plan merupakan suatu dokumen tertulis yang menggambarkan sifat bisnis yang akan dijalankan. Dalam dokumen ini harus mengandung strategi penjualan dan pemasaran secara rinci, kondisi keuangan, juga pendapatan serta pengeluaran selama menjalankan bisnis tersebut. Pembuatan dokumen ini bertujuan untuk mencantumkan tujuan yang ingin diraih oleh perusahaan, serta cara untuk mencapai tujuan tersebut dengan baik. Selain itu, suatu *business plan* juga bisa dijadikan arahan tentang bagaimana suatu perusahaan mampu menjawab berbagai masalah dan tantangan yang ada di masa depan. Pengabdian masyarakat ini adalah dengan menghadirkan suatu kegiatan pelatihan pembuatan rencana bisnis bagi karyawan PT Mandiri Pratama Ruslim yang terdampak akan kondisi pandemik ini agar mereka mempersiapkan diri untuk memulai usahanya. Kegiatan yang akan dilakukan secara luring tentang pembuatan rencana bisnis dalam situasi pandemi COVID-19 ini. Program PKM ini berupa Pelatihan membuat rencana bisnis (*business plan*) Pada Karyawan PT Mandiri Pratama Ruslim di Tangerang. Universitas Tarumanagara sebagai kampus *entrepreneur* yang membantu penyediaan dana demi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Kata Kunci: kewirausahaan, rencana bisnis, pandemic

A. Pendahuluan

Kewirausahaan mengalami fase yang berkembang dengan berbagai kursus dan program yang disediakan di seluruh dunia. Kewirausahaan juga dipelajari secara ekstensif untuk mencapai teorinya sendiri. Konsep wirausaha terdidik berasal dari tahun 1980-an. Rondstand menyatakan pengusaha masa depan yang berpendidikan akan tahu lebih baik kapan, bagaimana, dan di mana untuk memulai usaha baru mereka. Dalam tiga dekade kemudian, pendidikan kewirausahaan berkembang pesat di seluruh dunia menghadapi berbagai aspek. Setelah periode awal secara besar-besaran membina kewirausahaan interdisipliner di pendidikan tinggi, dampak dari kursus dan program yang relevan sedang diperhatikan. Menjadi wirausaha tidak hanya baik bagi individu tersebut, tetapi juga meningkatkan perekonomian negara tersebut. Wirausaha berperan sebagai benih perekonomian negara, yang berubah menjadi pohon terbesar dan terkuat. Untuk membuat ekonomi suatu negara kuat, fokusnya harus pada generasi muda. Berikutnya adalah mengidentifikasi keterampilan mereka dan kemudian memolesnya dengan cara yang membuat mereka berani; tidak hanya keberanian tetapi juga dukungan penuh dari sekitar dapat mengantarkan mereka menjadi wirausaha yang efektif.

Pemberlakuan kebijakan untuk melakukan pembatasan sosial di wilayah DKI Jakarta, memberikan dampak berupa melemahnya roda perekonomian khususnya di tingkat keluarga pada lapisan masyarakat kecil dan menengah. Atas kondisi tersebut, maka diperlukan upaya untuk memulihkan kondisi ekonomi keluarga

bilamana pandemi COVID-19 ini berakhir. Implementasi program kegiatan untuk memecahkan masalah, adalah pemberian pengetahuan dan perkembangan bisnis secara online, analisis tentang pertumbuhan pengguna internet dan pengguna *smartphone* sehingga para peserta mampu menjadi praktisi *technopreneur*. Menurut Mopangga (2015), *technopreneur* adalah entrepreneur zaman baru yang berminat pada teknologi, kreatif, inovatif, dinamis, berani berbeda serta mengambil jalur yang belum dieksplorasi dan sangat bersemangat dengan pekerjaannya. Menurut Marti'ah (2017), terdapat perbedaan yang signifikan antara *entrepreneurship* biasa dengan *technopreneurship* (*technology entrepreneurship*), yaitu *technology entrepreneurship* fokus pada teknologi yang berfungsi sesuai kebutuhan target pelanggan dan teknologi tersebut dapat dijual dengan mendapatkan keuntungan (profit). *Entrepreneurship* umumnya berhubungan dengan bagian yang kedua, yakni menjual dengan mendapatkan profit. Dampak positif dari hadirnya media sosial adalah kemudahan interaksi, memperluas hubungan relasi, tidak adanya lagi batasan ruang dan waktu, serta penyebaran informasi yang cepat. Kewirausahaan memiliki peran sangat penting dalam memajukan perekonomian suatu negara, sehingga diharapkan setiap warga negara harus memiliki niat untuk berwirausaha. Proses kewirausahaan menuntut kemauan untuk mengambil risiko dengan penuh perhitungan sehingga dapat mengatasi rintangan atau masalah untuk mencapai kesuksesan yang diharapkan. Untuk mengembangkan usaha baru, penting untuk memahami tentang apa yang membuat seseorang menjadi wirausaha. Hal ini disebabkan fakta bahwa kewirausahaan merupakan suatu proses kompleks yang melibatkan kognisi kewirausahaan dan tindakan kewirausahaan. Kewirausahaan juga merupakan perilaku yang disengaja dan terencana.

Dari kondisi di atas menuntut masyarakat untuk berinovasi dalam kondisi new normal ini, perekonomian yang dalam kondisi resesi ini menuntut masyarakat mencoba bertahan dalam kondisi ini. Membuat rencana bisnis penerapan inovasi dengan memanfaatkan teknologi sehingga dapat membantu masyarakat menghadapi new normal ini. Menurut Wikipedia, rencana bisnis adalah pernyataan formal atas tujuan berdirinya sebuah bisnis, serta alasan mengapa pendirinya yakin bahwa tujuan tersebut dapat dicapai, serta strategi atau rencana-rencana apa yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan tersebut. Rencana bisnis juga dapat mengandung informasi tentang latar belakang organisasi atau tim yang bertanggung jawab memenuhi tujuan itu. Rencana dan pengembangan suatu bisnis ini juga dapat disimulasikan menggunakan komputer untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan matang dalam jangka waktu pendek maupun untuk strategi jangka panjang. Menurut wartaekonomi.co.id, rencana bisnis adalah dokumen tertulis yang menjelaskan secara terperinci bagaimana suatu bisnis akan mencapai tujuannya. Biasanya rencana bisnis ini dibuat oleh bisnis baru. Di dalamnya menjabarkan rencana tertulis dari sudut pandang pemasaran, keuangan, dan operasional. Masyarakat dalam hal ini adalah karyawan PT Mandiri Pratama Ruslim, yang diharapkan mampu berinovasi untuk menghadapi kondisi resesi ini agar mereka dapat “bertahan hidup” pada era new normal ini. Rencana bisnis merupakan salah satu alternatif yang dapat dijalankan oleh para karyawan melalui rencana bisnis yang diimplementasikan mampu menjawab permasalahan yang ada bagi karyawan tersebut.

B. Metode pelaksanaan PKM

Secara keseluruhan target yang diharapkan dari program ini adalah mengikuti tahapan/langkah sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan kepada para karyawan PT Mandiri Utama Ruslim tentang pembuatan rencana bisnis.
2. Melakukan *brainstorming* tentang rencana bisnis apa yang akan dikembangkan.
3. Membantu membuat contoh ide bisnis yang disesuaikan dengan kondisi *new normal* dengan memanfaatkan teknologi informasi dan media sosial kepada para karyawan.

C. Hasil dan Luaran yang Dicapai

a. Profil Usaha

Nama : PT Mandiri Utama Ruslim.
Wilayah : Villa Melati Mas Blok H9 no. 60 Tangerang
Kecamatan : Serpong Utara
Propinsi : Banten
Jam buka : 08.00 – 17.00 (Hari Senin- Sabtu)

PT Mandiri Utama Ruslim merupakan sebuah UMKM yang bergerak pada *supplier* alat tulis. Perusahaan ini didirikan oleh Willyams dengan tujuan memenuhi kebutuhan alat tulis bagi masyarakat. Perusahaan menyediakan berbagai macam perlengkapan yang pada umumnya di gunakan di dalam kantor yang meliputi produk kertas, alat tulis dan barang dagang. Semua perlengkapan kantor tersebut merupakan beberapa perlengkapan kantor yang sangat penting bagi perusahaan, karena kegiatan operasional perusahaan tidak lepas dari perlengkapan kantor seperti pensil, pena, penggaris, buku dan lain sebagainya.



b. Pelatihan pembuatan *business plan*

Pada bagian ini tim memberikan pelatihan dan penyuluhan mengenai konsep dasar pembuatan perencanaan bisnis dan pengaplikasiannya disertai dengan contoh usaha makanan sehat (*healthy food*). Saat menyusun *business plan*, tentu ada beberapa unsur bisnis yang harus ditulis dan dijelaskan di dalamnya. Tanpa adanya salah satu dari unsur ini, pemilik bisnis akan sulit mengetahui konsep usahanya secara menyeluruh. Unsur-unsur yang harus dimuat dalam Perencanaan bisnis

1. Ringkasan Eksekutif

Unsur pertama yang ada pada rencana bisnis adalah ringkasan eksekutif. Unsur ini menjelaskan tentang konsep bisnis, visi dan misi, serta tujuan dari bisnis tersebut. Ringkasan eksekutif adalah kesimpulan

dari *business plan* dan biasanya disusun pada bagian awal. Berikut contoh ringkasan eksekutif yang disajikan.

Industri *food and beverage* sedang ramai dengan adanya tren makanan sehat yang terus meningkat terutama dimasa pandemi (Detik, 2020) dan adanya tren pemesanan makanan melalui *platform online* (Kompas, 2021). Hal ini terjadi karena masyarakat mulai memperhatikan asupan makanan yang akan mereka makan untuk menjaga daya tahan tubuh, serta adanya kebijakan pemerintah yaitu PSBB membuat masyarakat tidak dapat bebas melakukan aktivitas diluar rumah. Oleh karena itu, tren pemesanan makanan melalui platform online ikut meningkat. Sehingga, bisnis ini memiliki prospek yang baik ke depannya dan akan menjadi bisnis yang bersifat *sustainability*. Wirausahawan menyediakan makanan sehat, higienis, berkualitas dan enak dengan variasi menu setiap minggunya yang didasari pada makanan khas Indonesia. Makanan yang akan disajikan *fresh from the kitchen* sesuai dengan orderan yang masuk dan menggunakan bahan organik berkualitas sebagai bahan utama dalam pembuatan makanan yang ada untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap makanan sehat dan berkualitas tetapi enak.

- Visi: “Menciptakan restoran yang menyajikan makanan yang sehat, higienis, berkualitas, sustainable dan terintegrasi menggunakan teknologi industri 4.0.”
- Misi: Bisnis yang menyajikan kuliner sehat dan berkualitas tinggi dengan cita rasa Indonesia dan memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen menjadi bentuk *competitive advantage* kami. Untuk jenis menu yang akan disajikan akan bervariasi setiap harinya, sehingga konsumen tidak akan merasa bosan. Pengusaha juga mempersiapkan inovasi dalam kemasan dengan menggunakan *box environmentally friendly* sebagai bentuk *sustainable*. Selain itu juga akan memberikan *experience* baru bagi konsumen dengan memanfaatkan *industry 4.0* untuk melakukan *digital marketing* dan *platform* untuk menjual produk yang ada.

2. Latar Belakang

Selanjutnya adalah latar belakang wirausaha yang menceritakan mengenai siapa saja yang menjalankan bisnis, hingga struktur organisasinya. Latar belakang juga menggambarkan pengalaman bisnis selama berdirinya, serta gambaran singkat tentang keadaan bisnis kamu sekarang. Berikut hal-hal yang dijelaskan mengenai sejarah berdirinya, struktur organisasi, orang yang terlibat, produk atau jasa yang ditawarkan, penjelasan produk dan manfaatnya, pesaing dan daya jual produk, perijinan, model bisnis. Berikut materi yang disampaikan berkaitan dengan latar belakang.

Usaha ini bergerak di industri *food and beverages* yang menyediakan makanan sehat dan berkualitas dengan cita rasa Indonesia yang didirikan tahun 2021 dan sedang dalam proses berkembang.

- Nama perusahaan: XXX
- Model bisnis yang diterapkan:

Model bisnis yang diterapkan dalam usaha ini adalah *Business to Consumer* (B2C) dimana kami sebagai restoran akan menjual produk langsung ke konsumen yang ada. Pelanggan dapat datang langsung ke restoran maupun melakukan *order* melalui layanan *online*.

- Tujuan perusahaan:

Tujuan perusahaan adalah untuk menjadi solusi bagi masyarakat yang ingin mengubah pola hidup melalui makanan yang sehat, berkualitas, serta higienis. Dan membantu pemerintah dalam mengatasi penyebaran Covid-19 melalui sistem layanan online agar masyarakat tidak perlu keluar rumah.

3. Analisis Pasar

Selain itu, analisis pasar serta *marketing* juga menjadi unsur yang harus dimuat dalam rencana bisnis. Unsur ini mencakup strategi pemilik bisnis untuk memasarkan produk ke publik. Berikut materi yang disajikan.

- Produk yang dihasilkan

Usaha ini membagi produknya menjadi 2 yaitu vegetarian dan non vegetarian. Makanan vegetarian terbuat dari sayur dan buah seperti salad, *smoothies*, sedangkan non vegetarian terbuat dari olahan daging seperti ayam, salmon dan masih banyak lagi. Sedangkan untuk minuman, terbuat dari campuran sayur dan buah. Wirausahawan selalu menyediakan paket mingguan bagi konsumen yang sedang menjalani diet atau konsumen yang ingin mengonsumsi makanan sehat.

- Target pasar yang dituju

Demo-grafis	Usia: Getting started (18-34) ; Builder (35-59) Jenis Kelamin: Perempuan, Laki-laki Pekerjaan: pelajar, mahasiswa/i, karyawan, dan first jobber. ibu rumah tangga dan pengusaha
Geografis	Negara: Indonesia Wilayah: JABODETABEK Kota: Jakarta Lingkungan Tertentu: Jakarta Barat
Psiko-grafis	<ul style="list-style-type: none"> • Kepribadian: ingin makanan berkualitas, sehat, higienis, mem-perhatikan dampak lingkungan, dan cepat tanpa perlu mengantri. • Kelas Sosial: menengah dan menengah ke atas • Gaya hidup modern

- Analisis SWOT

S (Strength)	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya penerapan teknologi 4.0 dalam penjualan • Harga yang di tawarkan terjangkau • Menggunakan <i>packaging</i> ramah lingkungan • Menyajikan makanan yang sehat dan bermanfaat
---------------------	--

W (<i>Weakness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan tempat <i>dine in</i> yang sedikit hanya ada satu • <i>Brand</i> belum terkenal • Biaya bahan baku yang cukup tinggi • Biaya <i>packaging</i> yang mahal
O (<i>Opportunities</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya <i>trend</i> makanan sehat sejak covid 19 (Noersativa &Azizah, 2021) • <i>Trend</i> media sosial yang tinggi (Dahono, 2021) • Banyaknya orang yang memilih untuk <i>online food delivery</i> (Annur, 2020) • Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Prabowo, 2020)
T (<i>Threats</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Sejak <i>pandemic</i>, banyak orang yang masak di rumah (Setya,2021) • Banyaknya persaingan menjadi peluang usaha (Ananda, 2021) • Masih ada beberapa masyarakat yang belum memahami pent-ingnya hidup sehat (Sumarwoto, 2021) • Adanya pemikiran makanan sehat itu mahal (Lestari, 2020)

4. Rencana Operasi

Unsur yang keempat adalah rencana operasi yang berisi tentang sistem operasi dari bisnis. Sistem operasi bisnis ini adalah runtutan alur produksi, mulai dari pembelian bahan dasar produk hingga distribusinya dan proses penagihan transaksi dengan konsumen. Wirausahawan menjalankan usahanya dengan membuka *outlet* sendiri. Dalam *outlet* tersebut terdapat dapur untuk memasak, gudang untuk penyimpanan bahan, *counter* untuk konsumen melakukan pemesanan, serta tempat untuk *dine in* dan *take away*. Konsumen dapat memesan produk dengan mengunjungi *outlet* secara langsung ataupun memesan melalui aplikasi. Pengusaha membuat aplikasi sendiri agar memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan. Konsumen dapat memesan produk yang diinginkan unuk *dine in*, *take away*, ataupun *self pick up* melalui aplikasi Wirausahawan sehingga tidak perlu mengantri di *outlet* dan makanan yang disajikan tetap *fresh* dan terjaga kualitasnya. Selain apilkasi, konsumen juga dapat memesan produk melalui go food, grab food, serta shopee food. Pemesanan melalui aplikasi ini dapat memberikan potongan harga dengan menggunakan *voucher* yang ada serta setiap selesai melakukan transaksi konsumen akan mendapatkan poin yang dapat ditukarkan dengan produkatau *voucher* yang tersedia. Tempat yang nyaman serta *packaging* yang bagus akan menjadi nilai tambahan bagi konsumen. Oleh sebab itu, penggunaan warna pastel untuk memberikan kesan nyaman dan santai kepada konsumen serta warna hijau yang memberikan kesan *fresh* atau segar. Dua warna tersebut mengandung arti produk ini harus dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen namun juga dapat menyajikan makanan dan minuman yang *fresh* dan segar dengan kualitas yang tetap terjaga.

5. Rencana Pemasaran

Agar strategi pemasaran produk Wirausahawan berjalan dengan efektif, kami menggunakan konsep bauran pemasaran (4P) sebagai salah satu acuan untuk menentukan strategi. Komponen dari konsep tersebut adalah:

- Produk (*Product*)

Produk yang dihasilkan adalah produk berupa makanan sehat yang menggunakan sayuran dari hasil pertanian lokal masyarakat Indonesia sebagai bahan bakunya. Strategi pemasaran yang dilakukan pada sisi produk adalah dengan menetapkan strategi *positioning* produk. Wirausahawan telah menciptakan diferensiasi unik di benak pelanggan sasaran. Produk ini akan memantapkan posisi makanan sehat, bahan bakunya berasal dari Indonesia dan mengadopsi teknologi 4.0 secara komersial, Produk ini juga merupakan jenis makanan sehat siap saji, jadi konsumen tidak perlu menunggu terlalu lama.

- Harga (*Price*)

Strategi pemasaran pada sisi harga produk merupakan penerapan strategi penetapan harga berbasis pasar, yaitu perusahaan merumuskan strategi penetapan harga berdasarkan kondisi pasar. Dengan kata lain, Wirausahawan berfokus pada pelanggan (kebutuhan) dan pesaing.

- Tempat (*Place*)

Saat mendistribusikan produk ke konsumen, diterapkan dua strategi distribusi. Strategi pertama adalah melalui penjualan pribadi langsung. Setelah membeli langsung, produk akan langsung didistribusikan ke konsumen akhir. Strategi kedua adalah etalase *virtual*. Strateginya adalah proses penjualan produk fisik secara *online*, dan pengiriman dilakukan secara non digital menggunakan fasilitas layanan go jek, grab food, dan shopee food. Etalase *virtual* akan dipotong dari saluran distribusi panjang dari produsen langsung ke konsumen akhir menjadi saluran distribusi yang sangat pendek, yang akan mengurangi biaya distribusi karena tidak ada agen, distributor, atau pengecer yang terlibat.

- Promosi (*Promotion*)

Bisnis akan menggunakan media sosial untuk melakukan banyak kegiatan promosi. Hal ini tentu saja karena saat ini sebagian besar masyarakat sudah menggunakan *smartphone* dan menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-harinya. Oleh karena itu, promosi media sosial adalah langkah promosi yang paling efektif. Di media sosial, juga dapat dilakukan promosi pada hari-hari perayaan tertentu, seperti Hari Kesehatan Dunia, Natal, Idul Fitri, dll. Selain promosi melalui media sosial, juga dapat diterapkan inovasi yaitu menggunakan *barcode*, jika konsumen memindai *barcode*, mereka akan mendapatkan promosi menarik pada pembelian berikutnya dan akan membuat konten yang sangat baik untuk memaksimalkan penggunaan pemasaran *inbound* mediasosial. Penerapan strategi *viral*

marketing, dengan menonjolkan aspek unik, dengan membuat konten yang menarik dan viral di media sosial.

6. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah penggerak perusahaan. Bila SDMnya tidak kompeten atau tidak bisa dipercaya, investor tidak akan mau menaruh investasi di dalam bisnis kamu. SDM juga menentukan kecepatan produksi dan pemasaran produk. *Business plan* juga harus menjelaskan mengenai kompetensi orang yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis pada unsur analisis SDM. Jumlah karyawan serta pengembangan kemampuan juga termasuk pada penjelasan unsur analisis SDM ini termasuk dalam hal penggajian.

SDM yang terlibat dalam keberlangsungan usaha ini, beserta dengan *job description*, *job specification*, dan *salary*

<i>Restaurant Owner</i>	<i>Job description</i>	Bertanggung jawab untuk memimpin, mengatur dan mengelola jalannya restoran.
	<i>Job specification</i>	Pendidikan minimal S1, mempunyai banyak pengalaman, mampu untuk mengambil keputusan besar.
	<i>Salary</i>	Pendapatan yang dihasilkan perusahaan.
<i>Restaurant manager</i>	<i>Job description</i>	Memimpin seluruh operasi dalam suatu restoran
	<i>Job specification</i>	Pendidikan minimal S1 Manajemen, mempunyaipengalaman kerja sebagai manajer minimal 1 tahun, teliti dalam pengambilan keputusan
	<i>Salary</i>	Rp. 9.500.000/bulan
	<i>Job description</i>	Membantu manajer dalam mengelola restoran
<i>Assistant restaurant manager</i>	<i>Job specification</i>	Pendidikan minimal S1 manajemen, mempunyai pengalaman kerja sebagai manajer minimal 1 tahun.
	<i>Salary</i>	Rp. 7.000.000/bulan
<i>Supervisor</i>	<i>Job description</i>	Mengarahkan dan mengawasi rekan kerja bawahannya dengan arahan dari manager dan asisten manajer.
	<i>Job specification</i>	Pendidikan minimal SMA/SMK sederajat, memiliki kemampuan <i>leadership</i> , memiliki pengalaman minimal 1 tahun.
	<i>Salary</i>	Rp. 5.000.000/bulan
<i>Chef</i>	<i>Job description</i>	Merencanakan, mempersiapkan, dan memasak makanan yang akan dijual.
	<i>Job specification</i>	Pendidikan minimal D3 kuliner, memiliki pengalaman 2-4 tahun sebagai <i>chef</i> , memiliki kemampuan mengolah kreasi makanan.
	<i>Salary</i>	Rp. 7.000.000/bulan
<i>Waiter/waitress</i>	<i>Job description</i>	Melayani konsumen yang ada.
	<i>Job specification</i>	Pendidikan minimal SMA/SMK sederajat, ramah, mampu berkomunikasi dan beretika baik.

	<i>Salary</i>	Rp. 3.900.000/bulan
<i>Cook helper</i>	<i>Job description</i>	Membantu <i>chef</i> dalam menyiapkan dan mengolah makanan yang akan dijual.
	<i>Job specification</i>	Pendidikan minimal SMA/SMK, dan diutamakan D3 kuliner, memiliki pengalaman <i>cook helper</i> minimal 1 tahun.
	<i>Salary</i>	Rp. 3.600.000/bulan

7. Analisis Keuangan

Tak hanya SDM, perencanaan bisnis tidak lepas dari perhitungan untung-rugi. Analisis keuangan sebagai proyeksi pendapatan serta pengeluaran bisnis juga harus tertera pada *business plan*. BEP, ROI, modal yang dimiliki sekarang, dana yang dibutuhkan, biaya operasi, proyeksi keuangan di masa yang akan datang, perhitungan penggunaan *leverage*, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan finansial usaha dijelaskan pada poin ini. Berdasarkan kebutuhan dan biaya yang diperlukan, berikut adalah perhitungan, BEP, dan HPP

BEP (*Break Even Point*)

Asumsi penjualan 1 tahun $18.250 \times 35.000 = 638.750.000$

$BEP = [Biaya\ Tetap / (Hasil\ Penjualan - Biaya$

$Variabel)] \times 100$
 $BEP = [269.200.000 / (638.750.000 -$

$127.908.000)] \times 100$

$BEP =$

$[269.200.000 / 510.842.000] \times$

100
 $BEP = 52,69$

$BEP\ UNIT = BIAYA\ TETAP / (HARGA\ JUAL - BIAYA$

$VARIABEL)$
 $BEP\ UNIT = 269.200.000 / (35.000 - 15.000)$

HPP (*Harga Pokok Penjualan*)

Pembelian bersih = Rp

10.659.000

Persediaan Awal = Rp 5.000.000

Persediaan Akhir = Rp

900.000

$HPP = Pembelian\ bersih + Persediaan\ Awal -$

$Persediaan\ Akhir$
 $HPP = 10.659.000 + 5.000.000 -$

900.000

$HPP = 14.759.000$

8. Rancangan Pengembangan

Salah satu hal yang dilihat oleh investor adalah apakah usaha ini dapat berkembang dan melakukan ekspansi. Untuk itu diperlukan komitmen dan usaha untuk mengembangkan bisnis ini, apa saja yang diperlukan dan harus dilakukan dalam mengembangkan bisnis dan strategi pengembangan bisnis yang akan diterapkan. Rancangan pengembangan usaha ini menjadi aspek yang paling sering dijadikan

bahan pertimbangan utama investor, karena unsur ini menunjukkan keseriusan pemilik bisnis menjalankan usaha dan rencana keluar dari bisnis. Disamping itu juga diperhatikan risiko usaha, Layaknya hidup, bisnis tentu mempunyai risikonya sendiri. Yang bisa kita lakukan adalah mengantisipasi berbagai jenis risiko ini, seperti risiko operasional, finansial, produksi, likuiditas, dll. Untuk itu diperlukan rencana penanganan risiko tersebut. Setidaknya, dengan mengantisipasi risiko seperti ini dapat meminimalisir atau mengurangi dampak risiko yang ada.

Strategi Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran akan dilakukan dengan mengadakan kolaborasi menu baru. • Menggunakan <i>digital marketing</i> untuk melakukan pemasaran. • Memberikan <i>loyalty point</i> bagi pelanggan setia sebagai bentuk <i>reward</i>.
Strategi Produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan produksi dengan mencari bahan berkualitas tinggi untuk diolah menjadi makanan sehat. • Bersifat <i>fresh from the kitchen</i> karena akan di produksi ketika ada pesanan. • Mengadakan menu yang bersifat <i>seasonal</i> sebagai bentuk inovasi.
Strategi Organisasi dan SDM	<ul style="list-style-type: none"> • Mengadakan <i>empowerment</i> dengan melakukan <i>training</i> untuk melatih karyawan yang ada. • SDM yang ada sudah melalui seleksi dan memenuhi semua kriteria untuk setiap posisi. • Melakukan evaluasi karyawan secara berkala.
Strategi Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus untuk modal dalam membeli bahan-bahanyang berkualitas tinggi. • Investasi dalam teknologi untuk melakukan pemasaran yang optimal. • Membuat dan memantau laporan keuangan secara berkala.

D. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- PT Mandiri Utama Ruslim merupakan toko alat tulis untuk memenuhi pasar Tangerang dan sekitarnya
- PT Mandiri Utama Ruslim mengalami masalah dalam hal tenaga kerja yang akan dirumahkan karena efek pandemic.
- PT Mandiri Utama Ruslim berusaha mengalokasikan pekerjajanya kepada bidang atau menjadi wirausaha.

2. Saran

- Perlu dilakukan monitoring terhadap perkembangan pelatihan ini agar mereka dapat mengimplementasikan ide bisnis ini.
- Untuk rencana selanjutnya diharapkan dapat membuat *business model*

canvas agar para karyawan dapat memahami tahapan dalam model bisnis ini, yang meliputi: *value propositions, customer segments, customer relationship, channels, key activities, key resources, key partners, cost structures, revenue streams*

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, F. R. (2021, 27 April). *Ini Alasan Bisnis Kuliner Jadi Pilihan Peluang Usaha Menjanjikan*. Retrieved from Okezone: <https://economy.okezone.com/read/2021/04/26/455/2400875/ini-alasan-bisnis-kuliner-jadi-pilihan-peluang-usaha-menjanjikan>
- Annur, C. M. (2020, Juni 4). *Normal Baru, Layanan Pesan Antar Perusahaan Digital Bersaing Ketat* Artikel ini telah tayang di *Katadata.co.id* dengan judul "Normal Baru, Layanan Pesan Antar Perusahaan Digital Bersaing Ketat". Retrieved from Kata Data: <https://katadata.co.id/ekarina/digital/5ed7cf2400f60/normal-baru-layanan-pesan-antar-perusahaan-digital-bersaing-ketat>
- Boohene, Rosemond, Alison Sheridan, dan Bernice Kotey. (2018). "Gender, personal values, strategies and small business performance: A Ghanaian case study." *Equal Opportunities International* 27 (3): 237–57. <https://doi.org/10.1108/02610150810860075>.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/08/pengguna-smartphone-di-indonesia-2016-2019>
- <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5327796/tahun-ini-masak-di-rumah-jadi-favorit-banyak-orang>
- <https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/21/164007469/perkembangan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-di-indonesia>
- Dahono, Y. (2021, Februari 15). *Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021*. Retrieved from Berita Satu: <https://www.republika.co.id/berita/qmcdmt463/tren-makan-sehat-di-2021-menurut-ahli-diet>
- Frederick, H., Donald F. Kuratko, dan Richard M. Hodgetts. (2016). *Entrepreneurship: theory, process and practice*. Asia-Pacif. Cengage Learning Australia Pty Limited.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Rencana_bisnis
- Kurniawati, D.P. 2013. "Pemberdayaan masyarakat di bidang usaha ekonomi (studi pada badan pemberdayaan masyarakat kota Mojokerto." *Jurnal Administrasi Publik* 1 (4): 9–14.
- Lestari, R. (2020, Juli 3). *Apakah Makanan Sehat Selalu Lebih Mahal ?* Retrieved from Medcomm: <https://www.medcom.id/rona/kesehatan/akW5YeBN-apaakah-makanan-sehat-selalu-lebih-mahal>

- Marti'ah, S., 2017. Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dalam Perspektif Ilmu Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic*, 3(2), 75–82.
- Mopangga, H., 2015. Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo. *Trikonomika*, [daring] 14(1), hal.13–24. Tersedia pada: <http://www.journal.unpas.ac.id/index.php/trikonmika/article/view/587>.
- Noersativa, F., & Azizah, N. (2021, Januari 3). *Tren Makan Sehat di 2021 Menurut Ahli Diet*. Retrieved from *Republika*: <https://www.republika.co.id/berita/qmcdmt463/tren-makan-sehat-di-2021-menurut-ahli-diet>
- Prabowo, G. (2020, December 21). *Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Indonesia*. Retrieved from *Kompas*: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/21/164007469/perkembangan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-di-indonesia>
- Qamariyah, I, dan D. M. J. Dalimunthe. (2015). *Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motif berprestasi, dan kemandirian pribadi terhadap daya saing usaha (pengusaha kuliner skala kecil di jalan Dr. Mansur Medan)*. *Jurnal Ekonomi* 14 (1): 20–25.
- Setya, D. (2021, Januari 10). *Tahun Ini Masak di Rumah Jadi Favorit Banyak Orang*. Retrieved from *Detik Food*: <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5327796/tahun-ini-masak-di-rumah-jadi-favorit-banyak-orang>
- Sumarwoto. (2021, Januari 3). *Memupuk kesadaran masyarakat laksanakan hidup sehat di tengah pandemi*. Retrieved from *Antara News*: <https://www.antaraneews.com/berita/1925492/memupuk-kesadaran-masyarakat-laksanakan-hidup-sehat-di-tengah-pandemi>.
- <https://www.wartaekonomi.co.id/read228855/apa-itu-rencana-bisnis>

**PERJANJIAN PELAKSANAAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PERIODE II TAHUN ANGGARAN 2022
NOMOR : 1081-Int-KLPPM/UNTAR/VIII/2022**

Pada hari ini Selasa tanggal 16 bulan Agustus tahun 2022 yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D.
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Alamat : Jl. Letjen S. Parman No. 1 Jakarta Barat 11440
selanjutnya disebut **Pihak Pertama**
2. Nama : Andi Wijaya, SE., MM
Jabatan : Dosen Tetap
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Tanjung Duren Utara, No. 1 Jakarta Barat 11470
selanjutnya disebut **Pihak Kedua**

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

Pasal 1

- (1). **Pihak Pertama** menugaskan **Pihak Kedua** untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat atas nama Universitas Tarumanagara dengan judul "**Penetapan Layout Untuk Memperlancar Arus Barang Pada Toko Alat Tulis Mandiri Pratama Ruslim**"
- (2). Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilaksanakan berdasarkan perjanjian ini dan Perjanjian Luaran Tambahan PKM.
- (3). Perjanjian Luaran Tambahan PKM pembiayaannya diatur tersendiri.

Pasal 2

- (1). Biaya pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud Pasal 1 di atas dibebankan kepada **Pihak Pertama** melalui anggaran Universitas Tarumanagara.
- (2). Besaran biaya pelaksanaan yang diberikan kepada **Pihak Kedua** sebesar Rp 6.500.000,- (enam juta lima ratus ribu rupiah), diberikan dalam 2 (dua) tahap masing-masing sebesar 50%.
- (3). Pencairan biaya pelaksanaan Tahap I akan diberikan setelah penandatanganan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (4). Pencairan biaya pelaksanaan Tahap II akan diberikan setelah **Pihak Kedua** melaksanakan pengabdian kepada masyarakat, mengumpulkan laporan akhir, *logbook*, laporan pertanggungjawaban keuangan dan luaran wajib.
- (5). Rincian biaya pelaksanaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (3) terlampir dalam Lampiran Rencana dan Rekapitulasi Penggunaan Biaya yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam perjanjian ini.

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

Pasal 3

- (1). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan dilakukan oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan proposal yang telah disetujui dan mendapatkan pembiayaan dari **Pihak Pertama**.
- (2). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dalam Periode II, terhitung sejak **Juli – Desember 2022**

Pasal 4

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

Pasal 5

- (1). **Pihak Kedua** wajib mengumpulkan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan luaran wajib.
- (2). Laporan Akhir disusun oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah ditetapkan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (3). *Logbook* yang dikumpulkan memuat secara rinci tahapan kegiatan yang telah dilakukan oleh **Pihak Kedua** dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat
- (4). Laporan Pertanggungjawaban yang dikumpulkan **Pihak Kedua** memuat secara rinci penggunaan biaya pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat yang disertai dengan bukti-bukti.
- (5). Luaran Pengabdian Kepada Masyarakat yang dikumpulkan kepada **Pihak Kedua** berupa luaran wajib dan luaran tambahan.
- (6). **Luaran wajib** hasil Pengabdian Kepada Masyarakat berupa artikel ilmiah yang dipublikasikan di **Senapenmas 2022, Serina Untar V 2022, jurnal ber-ISSN atau prosiding nasional/internasional**.
- (7). Selain luaran wajib sebagaimana disebutkan pada ayat (6) di atas, **Pihak Kedua** wajib membuat poster untuk kegiatan *Research Week*.
- (8). Draft luaran wajib dibawa pada saat dilaksanakan Monitoring dan Evaluasi (*Monev*) PKM.
- (9). Batas waktu pengumpulan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan luaran adalah **Desember 2022**

Pasal 6

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

Pasal 7

- (1). Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, **Pihak Kedua** dibantu oleh Asisten Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat yang identitasnya sebagai berikut:
 - a. Nellia/115190337/Fakultas Ekonomi/Manajemen
- (2). Pelaksanaan asistensi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) ditetapkan lebih lanjut dalam Surat tugas yang diterbitkan oleh **Pihak Pertama**.

Pasal 8

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

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

Pihak Pertama



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D.

Pihak Kedua

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andi Wijaya'.

Andi Wijaya, SE., MM

**RENCANA PENGGUNAAN BIAYA
(Rp)**

Rencana Penggunaan Biaya	Jumlah
Pelaksanaan Kegiatan	Rp 6.500.000,-

**REKAPITULASI RENCANA PENGGUNAAN BIAYA
(Rp)**

NO	POS ANGGARAN	TAHAP I (50 %)	TAHAP II (50 %)	JUMLAH
1	Pelaksanaan Kegiatan	Rp 3.250.000,-	Rp 3.250.000,-	Rp 6.500.000,-
	Jumlah	Rp 3.250.000,-	Rp 3.250.000,-	Rp 6.500.000,-

Jakarta, 2022



Andi Wijaya, SE., MM

LAPORAN AKHIR
PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN
KE DIREKTORAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT



**PENETAPAN *LAYOUT* UNTUK MEMPERLANCAR ARUS BARANG
PADA TOKO ALAT TULIS MANDIRI PRATAMA RUSLIM**

Diusulkan oleh

Ketua tim

ANDI WIJAYA (10199023)

Anggota:

NELLIA (115190337)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2022**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENGABDIAN
KEPADA MASYARAKAT
Semester Ganjil 2022/2023**

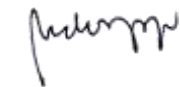
1. Judul : Penetapan *Layout* Untuk Memperlancar Arus Barang Pada Toko Alat Tulis Mandiri Pratama Ruslim
2. Nama mitra PKM : Toko Mandiri Pratama Ruslim
3. Ketua Tim Pengusul
 - a. Nama dan gelar : Andi Wijaya, SE., MM
 - b. NIP/NIDN : 10199023/ 0326097403
 - c. Jabatan/Golongan : Lektor Kepala
 - d. Program studi : S1 Manajemen
 - e. Fakultas : Ekonomi
 - f. Bidang Keahlian : Manajemen/08161926021
 - g. Nomor HP/telp :
4. Anggota Tim PKM
 - a. Jumlah anggota (mahasiswa) : 1 orang
 - b. Nama & NIM Mahasiswa 1 : Nellia (115190337)
 - c. Nama & NIM Mahasiswa 2 :
 - d. Nama & NIM Mahasiswa 3 :
 - e. Nama & NIM Mahasiswa 4 :
5. Lokasi kegiatan mitra
 - a. Wilayah mitra : DKI Jakarta
 - b. Kabupaten/kota : Serpong Utara/Tangerang
 - c. Provinsi : Banten
6. Metode Pelaksanaan : Luring
7. Luaran yang dihasilkan : Senapenmas
8. Jangka waktu pelaksanaan : Juli - Desember 2022
9. Pendanaan
 - a. Biaya yang diusulkan :

Jakarta, Desember 2022

Menyetujui
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian
kepada Masyarakat

Ketua Tim Pengusul

Jap Tji Beng, Ph.D.
NIK: 10381047



Andi Wijaya, SE., MM
10199023/ 032609740303

DAFTAR ISI

Ringkasan.....	2
BAB I PENDAHULUAN	
a. Analisis situasi.....	5
b. Permasalahan mitra.....	7
BAB 2 TARGET DAN LUARAN	
a. Solusi permasalahan.....	8
b. Luaran.....	8
BAB 3 METODE PELAKSANAAN	
a. Solusi untuk mengatasi masalah.....	9
b. Model yang ditawarkan.....	9
c. Kepekaran dan Pembagian Tugas Tim	10
BAB 4 HASIL DAN LUARAN YANG INGIN DICAPAI	
a. Profil usaha.....	12
b. Melakukan pendampingan dalam mengatur barang-barang yang tinggi peminatannya	13
c. Melakukan pendampingan untuk menempatkan barang yang sedang tren atau musiman	14
d. Rencana tahapan selanjutnya.....	15
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
a. Kesimpulan.....	17
b. Saran	17
DAFTAR PUSTAKA	18
LAMPIRAN: MATERI YANG AKAN DISAMPAIKAN PADA SAAT KEGIATAN PKM	19

RINGKASAN

Setiap toko baik toko besar maupun kecil akan menghadapi persoalan tata letak. Pengaturan tata letak (*layout*) pada toko merupakan masalah yang sering dijumpai bahkan tidak dapat dihindari dalam dunia industri meskipun untuk lingkup yang lebih kecil dan sederhana. Apabila pengaturan ini terencana secara baik akan berpengaruh terhadap efisiensi dan kelancaran arus barang. Tata letak bukan hanya terjadi di toko melainkan dapat terjadi juga pada pabrik atau industri tertentu. Tujuan utama yang ingin dicapai dalam perencanaan tata letak fasilitas pada toko Mandiri Pratama Ruslim pada dasarnya adalah untuk memudahkan pencarian barang yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan.

Program PKM ini berupa penentuan tata letak pada toko Mandiri Pratama Ruslim untuk memperlancar arus barang. Selama ini tata letak yang ada di toko tersebut tidak efisien dalam jalur distribusi barang. Dengan tata letak yang benar maka terjadi efisiensi waktu dan pada akhirnya terjadi kelancaran arus barang pada toko tersebut. Universitas Tarumanagara sebagai kampus *entrepreneur* yang membantu penyediaan dana demi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Kata Kunci: tata letak, efisiensi, waktu

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Persaingan bisnis ritel dewasa ini berlangsung sangat ketat seiring dengan berjalannya waktu. Setiap perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan terbaiknya kepada konsumen karena pelayanan merupakan hal yang penting untuk dapat menjaga keberlangsungan ritel itu sendiri. Untuk menghadapi dan memenangkan persaingan tersebut, perusahaan-perusahaan dituntut untuk menciptakan pemikiran yang kreatif dan inovatif di dalam tujuan perusahaan. Salah satu keputusan strategis yang paling penting dibuat oleh perusahaan untuk mencapai tujuan adalah dimana perusahaan tersebut harus menempatkan lokasi. Strategi lain yang merupakan keputusan penting adalah strategi *layout*, dimana *layout* dapat menentukan efisiensi sebuah operasi dalam jangka panjang. Penataan rak-rak dan barang dagangan di dalam toko merupakan prasyarat yang penting dalam sebuah gerai ritel karena tata letak yang baik akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan dalam proses penyelesaian pekerjaan (Bruyne dan Beijer, 2015). Para peritel dituntut untuk mampu menciptakan kondisi yang membuat karyawan senang dan merasa nyaman saat bekerja, karena dengan begitu karyawan akan memiliki emosi yang positif dan bekerja sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP) yang sudah ditentukan (Pangestu dkk., 2017). Tata letak yang baik memberikan kemudahan bagi konsumen, sehingga mampu membangun suasana yang nyaman bagi konsumen yang berada di dalam toko. Menurut Maheswari dan Firdauzy, (2015), tata letak toko memiliki banyak dampak strategis karena dapat menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas, biaya, kualitas lingkungan kerja, kontak dengan pelanggan dan citra perusahaan. Menurut Onuoha dan Doris (2017) dan Hadiatna (2018), tata letak toko merupakan desain dari pada interior toko untuk memberikan kemudahan pengunjung berkeliling toko dan untuk dapat menampilkan semua barang secara maksimal, serta dapat memberikan kemudahan karyawan untuk bekerja secara efektif dan efisien sehingga dapat mempermudah pencapaian

tujuan perusahaan.

Bisnis ritel merupakan keseluruhan aktivitas penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk dapat memenuhi hal tersebut dibutuhkan suatu teknologi dan strategi yang dapat memudahkan pelayanan, proses, serta pengantaran layanan. Keberadaan ritel modern berdampak bagi produsen, perusahaan dan pemerintah. Sudut produsen dan perusahaan adalah meningkatkan kapasitas pemasaran para distributornya dan pelaku terkait, tetapi pada sisi persaingan usaha memberikan dampak negatif bagi pengecer kecil. Di sisi lain timbulnya ritel memberikan dampak positif bagi pemerintah terutama dalam pendapatan perkapitanya. Ritel modern semakin lama semakin berkembang. Hal ini mendorong persaingan dunia bisnis yang sangat ketat. Oleh karena itu untuk mewujudkan hal tersebut, maka para pengusaha dalam bisnis ritel berusaha mengembangkan strateginya khususnya di bidang operasi untuk dapat menjangkau konsumen berbelanja. Salah satunya strategi yang digunakan adalah strategi tata letak. Strategi ini dilakukan untuk menjangkau konsumen atau pelanggan. Para pengusaha mencoba membuat tata letak yang dinamis dan dapat memberikan kenyamanan bagi pelanggan.

Toko Mandiri Pratama Ruslim merupakan toko yang melayani penjualan alat tulis. Permasalahan yang muncul adalah adakalanya pemilik tidak mengetahui letak barang tertentu, sehingga seringkali ketika pembeli menanyakan barang tertentu maka pemilik memerlukan cukup waktu untuk memperolehnya. Hal ini tentunya mempengaruhi waktu tunggu konsumen yang pada akhirnya mengurangi kepuasan pelanggan. Bukan tidak mungkin pelanggan akan berpindah ke toko lain yang menyiapkan produk tersebut dengan cepat.

Tujuan kegiatan PKM ini memberikan masukan bagi toko Mandiri Pratama Ruslim dalam hal tata letak (*layout*) produknya. Dengan tata letak yang tepat dan sesuai dengan konsep teori yang ada maka dapat dengan mudah mencari barang tersebut dan terciptalah efisiensi waktu yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan. Kemampuan penetapan tata letak ini sesuai dengan harapan dari Universitas Tarumanagara yang membantu masyarakat

dalam membentuk jiwa wirausaha sesuai dengan *tagline entrepreneurship*.

1.2 Permasalahan Mitra

Penentuan tata letak merupakan suatu langkah atau keputusan penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi jangka panjang. Tata letak mempunyai dampak strategis karena menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas, biaya, dan kualitas lingkungan kerja, kontak pelanggan, serta citra perusahaan. Hal ini yang menjadi prioritas masalah bagi Toko Mandiri Pratama Ruslim dalam hal tata letak. Toko Mandiri Pratama Ruslim harus memperhatikan letak produk sehingga memudahkan pencarian barang dan penataan yang menarik untuk dilihat konsumennya. Permasalahan mitra menyangkut tata letak, pelanggan sering mengeluhkan lamanya waktu tunggu ketika membeli suatu barang yang dikarenakan penjual kurang memahami dimana letak barang tersebut. Hal ini akan berdampak pada kepuasan pelanggan dapat berkurang dan memungkinkan pelanggan pindah ke pesaing. Prioritas permasalahan yang akan diselesaikan menyangkut tata letak barang untuk mempermudah pencarian barang dan juga memperlancar arus barang dengan harapan penjualan dapat terus terjaga dengan baik dan pada akhirnya dapat memuaskan pelanggan.

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

2.1 Solusi Permasalahan

Solusi permasalahan yang dirangkum berdasarkan analisis situasi adalah sebagai berikut:

- A. Pengaturan tata letak belum dilakukan dengan baik sehingga menyulitkan penjual mencari barang tertentu. Dengan kata lain, penempatan barang dagangan tidak terlihat secara jelas.
- B. Display produk kurang menarik hal ini dikarenakan tata letak yang relatif tidak beraturan menyebabkan display menjadi tidak beraturan.
- C. Penempatan barang acapkali mengganggu arus keluar masuk orang sehingga dapat menyebabkan benturan dan barang dapat terjatuh di lantai.
- D. Penataan barang yang kurang optimal, sehingga menyulitkan untuk mengetahui jumlah persediaan barang.

2.2 Luaran Kegiatan PKM

Target pengabdian kepada masyarakat/luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah agar Toko Mandiri Pratama Ruslim dapat menetapkan tata letak yang benar sehingga proses pencarian barang dan arus barang dapat berjalan secara efisien. Disamping itu penempatan produk dapat terlihat dengan jelas sehingga konsumen dapat melihat produk tersebut dan membelinya.

Luaran wajib berupa artikel yang akan dipublikasikan dalam seminar Senapenmas yang diselenggarakan oleh Universitas Tarumanagara sehingga dapat diperoleh beberapa saran yang berguna dalam perbaikan untuk kegiatan program pengabdian masyarakat selanjutnya. Sementara untuk luaran tambahan akan dipublikasikan pada PINTAR bidang Social Science & Humaniora.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Langkah-langkah/Tahapan Pelaksanaan

Secara keseluruhan terdapat tiga tahapan yang dilakukan untuk penentuan tata letak ini, yaitu:

1. Mengatur barang-barang yang tinggi peminatannya pada tempat yang mudah dijangkau. Penempatan produk harus pada posisi strategis untuk menarik konsumen dalam melihat dan membeli produk tersebut.
2. Menempatkan barang yang sedang tren atau musiman di dalam etalase kaca toko dengan penataan yang baik. Penempatan ini akan menarik bagi pengunjung untuk melihat-lihat mengingat barang yang dipertontonkan adalah barang yang sedang tren atau musim sehingga memberikan nilai tambah untuk kelengkapan produk.
3. Menyusun barang sesuai dengan jenis yang sama. Penyusunan barang ini akan memudahkan penjual untuk mencari produk tertentu ketika dibutuhkan oleh konsumen.

Langkah atau tahap pelaksanaan yang ditawarkan ini untuk membantu penetapan tata letak produk agar dapat mempermudah arus barang dan memperlancar arus distribusi barang yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan bahkan memenangi persaingan.

1.2 Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM

Mitra memberikan informasi yang digunakan sebagai model untuk mengatasi permasalahan ini, yaitu:

- A. Mengatur barang-barang yang tinggi peminatannya pada tempat yang mudah dijangkau

Melakukan pendampingan untuk memilih dan menenpatkan produk yang paling sering dibutuhkan (dibeli) oleh konsumen. Model yang ditawarkan adalah membuat gambar tata letak (*layout*) dari produk tersebut dan mengaplikasikannya.

B. Menempatkan barang yang sedang tren atau musiman di dalam etalase kaca toko dengan penataan yang baik.

Melakukan pendampingan untuk menenpatkan barang dengan model musiman pada tempat tertentu sehingga memudahkan konsumen untuk melihatnya dan tanpa menunggu terlalu lama serta disamping itu juga memudahkan penjual untuk memperoleh barang tersebut.

C. Menyusun barang sesuai dengan jenis yang sama.

Melakukan pendampingan dalam mengatur atau menata barang sejenis agar lebih mudah untuk menjangkau barang tersebut disamping itu juga untuk memudahkan dalam *stock opname*.

1.3 Kepakaran tim pengabdian kepada masyarakat

Dalam rangka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ketua tim berpengalaman mengajar dan gelar yang disandanginya, disamping itu anggota tim juga aktif dalam melakukan pengabdian yang diselenggarakan di lingkungan Universitas Tarumanagara. Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan suatu kewajiban bagi dosen untuk memenuhi Tridarma perguruan tinggi disamping itu juga untuk memenuhi persyaratan sertifikasi dosen yang telah diperoleh oleh ketua tim sehingga ketua yang telah memperoleh sertifikasi dosen hingga wajib aktif melakukan pengabdian kepada masyarakat tiap semesternya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan melakukan penentuan *layout* pada toko Mandiri Pratama Ruslim di Tangerang. Penetapan *layout* bertujuan agar tata letak dapat dilakukan dengan efisiensi dan efektif.

Struktur organisasi tim pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari satu orang ketua dan tiga orang anggota, seperti yang tertera pada tabel di bawah ini:

No	Nama	Status
1	Andi Wijaya, SE., MM	Ketua tim
2	Nellia	Anggota tim

Pemilihan personil di atas disesuaikan dengan target output yang akan dicapai melalui program ini, yaitu: terciptanya *layout* yang tepat. Masing-masing

anggota tim di bawah koordinsai ketua tim dan mereka melakukan tugasnya sesuai dengan apa yang telah ditentukan. Proses pengamatan atau observasi untuk tata letak dilakukan oleh ketua tim dan anggota melalui survey langsung ke pemilik usaha dilanjutkan dengan membuat rekapan hasil tersebut untuk dimasukkan dalam penentuan *layout* toko tersebut.

BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

A. Profil Usaha

Nama : Toko Mandiri Utama Ruslim.
Kecamatan : Serpong Utara
Propinsi : Banten
Jam buka : 08.00 – 17.00 (Hari Senin- Sabtu)

Toko Mandiri Utama Ruslim merupakan sebuah UMKM yang bergerak pada *supplier* alat tulis. Perusahaan ini didirikan oleh Willyams dengan tujuan memenuhi kebutuhan alat tulis bagi masyarakat. Perusahaan menyediakan berbagai macam perlengkapan yang pada umumnya di gunakan di dalam kantor yang meliputi produk kertas, alat tulis dan barang dagang. Semua perlengkapan kantor tersebut merupakan beberapa perlengkapan kantor yang sangat penting bagi perusahaan, karena kegiatan operasional perusahaan tidak lepas dari perlengkapan kantor seperti pensil, pena, penggaris, buku dan lain sebagainya. Perlengkapan kantor yang berkualitas akan membuat karyawan nyaman dalam menggunakan dan menjadi lebih terasa nyaman yang pada akhirnya akan membuat bekerja menjadi lebih fokus. Peralatan tulis, produk kertas dan barang dagang lainnya merupakan salah satu perlengkapan kantor yang sangat penting untuk menunjang kegiatan operasional sehingga Anda akan lebih nyaman pada saat bekerja. Usaha penjualan perusahaan mengalami penurunan yang tajam sebagai akibat konsumen merasa lama dalam pelayanan karena proses pencarian barang yang relatif lama sehingga konsumen berpaling pada toko lain. Usaha ini melayani konsumen mulai pukul 08.00 sampai dengan 17.00 dalam operasionalnya.



B. Melakukan pendampingan dalam mengatur barang-barang yang tinggi peminatannya

Pada bagian ini, kami dari Tim PKM membantu pemilik/pengelola usaha untuk menata barang yang disesuaikan tingginya peminat akan produk tersebut yang dilihat dari besarnya penjualan. Langkah awal yang dilakukan adalah melakukan pendataan terhadap data penjualan perusahaan dan kemudian dirangkum dalam periode bulanan. Data yang diterima kemudian direkap menggunakan aplikasi *microsoft excell* untuk mengetahui data penjualan produk dari yang tertinggi ke yang terendah. Langkah ini dilakukan untuk membantu pemilik usaha dalam meletakkan produk yang penjualannya tinggi pada posisi yang strategis yang mudah dijangkau demi terciptanya efisiensi waktu dan kemudahan pengambilan barang. Sementara itu untuk produk yang penjualannya rendah maka peletakan barang dapat dilakukan pada bagian yang kurang strategis atau sekitar bagian belakang. Konsep ini dilakukan agar memudahkan pengambilan barang yang memiliki penjualan tinggi sehingga waktu pengambilan barang menjadi efisien. Waktu yang efisien menyebabkan pengambilan barang dapat lebih cepat yang pada akhirnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas memungkinkan mereka akan loyal terhadap usaha ini kedepannya. Langkah lain yang dilakukan selain melakukan pendataan terhadap jenis produk usaha ini kemudian dirangkum dan dikelompokkan adalah melakukan penyusunan barang dagangan agar proses pengambilan barang lebih cepat juga, terutama pada saat produk yang masuk ke toko agar langsung diatur dan disesuaikan dengan tata letak (*layout*) yang ada. Perbaikan ini dilakukan untuk memudahkan pengambilan barang, dan memperlancar pergerakan orang. Waktu akan tersita ketika mengambil barang yang tingkat permintaannya tinggi akibat ketidaktahuan pelayan akan tempat produk tersebut. Jadi, pisahkan barang-barang yang paling laris dari barang-barang yang kurang laris dan pastikan lokasi rak untuk barang-barang dengan tingkat permintaan yang tinggi cukup dekat dengan lokasi pengemasan dan pengiriman. Anda bisa menaruh barang-barang yang tingkat permintaannya lebih rendah di tempat yang sedikit lebih jauh.

Gambar layout toko

Barang dagangan sesuai jenisnya	Barang dagangan sesuai jenisnya	Barang dagangan sesuai jenisnya
Barang dagangan sesuai jenisnya		Barang dagangan sesuai jenisnya
Barang dagangan sesuai jenisnya		Barang dagangan sesuai jenisnya
Barang yang tinggi permintaannya		Barang yang tinggi permintaannya
Meja kasir		Meja kasir
Pintu masuk/keluar		

C. Melakukan pendampingan untuk menempatkan barang yang sedang tren atau musiman di dalam etalase kaca toko dengan penataan yang baik.

Pada bagian ini, Tim PKM membantu pemilik/pengelola toko untuk menata etalase tokonya supaya kelihatan lebih baik dan menarik. Kami melakukan pemilahan atas barang-barang yang ada di dalam etalase dan memberikan masukan agar barang-barang yang sudah tidak tren dipindahkan ke bagian lain. Kami juga mengusulkan untuk menambahkan lampu di dalam etalase kaca supaya terlihat lebih elegan. Kebersihan kaca etalase juga harus diperhatikan mengingat kaca lebih mudah berminyak atau kotor. Pada bagian bawah etalase toko yang ukurannya cukup besar dapat digunakan untuk menyusun barang. Etalase memamerkan produk yang berukuran besar juga seperti beberapa tipe produk untuk bagian kasir yang masih dipergunakan oleh toko/kantor kecil. Dengan memperlihatkan cover kemasan produk bagian depan maka akan tampak jelas bentuk dan spesifikasi produk tersebut. Hal ini dilakukan agar display atau penyajian barang menjadi terlihat menarik, display merupakan

suatu cara penataan produk yang dilakukan agar konsumen berminat dan tertarik untuk membeli sebuah produk yang ditawarkan. Penataan produk atau display ini memiliki beberapa tujuan yaitu untuk menciptakan citra dagang, meningkatkan pembeli, memperkenalkan barang baru, serta meningkatkan keuntungan. Penyajian barang yang sedang tren ini merupakan salah satu kunci keberhasilan dari keseluruhan strategi menciptakan suasana toko (*store atmosphere*) yang nyaman. Interior toko juga harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat memaksimalkan *visual merchandising*, yang dapat menarik di mata calon pembeli. Hal ini bertujuan agar pembeli yang berada dalam toko memiliki keinginan membeli produk lain (selain produk yang diinginkan) ketika melihat penyajian tersebut.

D. Rencana Tahapan Selanjutnya

1. Latar Belakang Masalah

Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini perlu dikembangkan lebih lanjut pada kegiatan lainnya agar usaha ini lebih tertata rapi ke depannya. Saat ini mitra hanya melakukan penjualan secara konvensional, sehingga dalam kondisi pandemi ini menyebabkan penjualan perusahaan turun. Namun permasalahan mitra ternyata bukan hanya dari sisi penjualan saja, melainkan juga masalah pencatatan. Ketika ingin mengetahui sisa persediaan yang ada akan memerlukan waktu untuk mendapatkan data tersebut. Pencatatan secara komputasi memudahkan mitra untuk mengetahui berapa banyak barang yang keluar dan yang diperlukan untuk pemesanan kembali sehingga efek *over* ataupun kekurangan pada salah satu barang tidak terjadi. Hal lain yang juga harus diperhatikan adalah mengenai tagihan piutang yang diberikan kepada pelanggan. Keluhan yang disampaikan mitra adalah kelalaian dalam hal penagihan piutang dan ketidakmauan pelanggan membayar kewajibannya, dampak akan hal ini adalah perputaran arus kasnya terhambat. Arus kas dibutuhkan agar pengoperasian usaha dapat berjalan lancar.

2. Permasalahan Mitra

Model kajian selanjutnya berdasarkan latar belakang yang dialami mitra adalah:

- a. Bagaimana membuat pembukuan secara komputasi?
- b. Bagaimana pengelolaan laporan keuangan yang baik?
- c. Bagaimana pengelolaan persediaan barang agar keuangan menjadi lancar?
- d. Bagaimana sistem penagihan piutang agar arus kas toko lancar?

3. Tujuan Kegiatan

- a. Mitra memahami pembukuan secara komputasi
- b. Mitra memahami pengelolaan keuangan dengan baik untuk mempermudah pelaporan dan analisis keuangan.
- c. Mitra mengetahui mengenai perputaran persediaan.
- d. Mitra memahami mengenai arus kas yang sehat untuk memperlancar kegiatan usaha

4. Luaran Hasil Kegiatan

Melalui kegiatan ini, diharapkan selanjutnya mitra dapat terus bertahan dan terus melakukan pengembangan usaha di masa depan. Luaran yang dapat diusulkan untuk kegiatan PKM selanjutnya adalah:

- a. Membuat pembukuan secara komputasi
- b. Membuat laporan keuangan
- c. Memahami mengenai arus kas perusahaan agar tetap lancar.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Mitra merupakan toko peralatan tulis yang berlokasi dan melayani di wilayah Tangerang
2. Toko ini mengalami masalah berupa penurunan nilai penjualan akibat pelayanan yang lama kepada pembeli.
3. Mitra belum menggunakan tata letak yang baik sehingga pembeli banyak yang tidak puas dengan kondisi tokonya.

B. Saran

1. Mitra sebaiknya mulai menerapkan konsep tata letak agar proses pelayanan kepada pembeli menjadi optimal
2. Mitra mempertahankan tata letak yang teratur agar pergerakan arus barang di dalam toko menjadi lancar.
3. Melaksanakan PKM berkelanjutan mengenai aspek lain, seperti perputaran persediaan agar persediaan di toko tetap pada level optimal dan pengelolaan keuangan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bruyne, E. De, & Beijer, M. (2015). Calculating NWoW Office Space With The PACT Mode. *Journal of Corporate Real Estate*, 17(2), 122–133. <https://doi.org/10.1108/JCRE-12-2014-0032>
- Maheswari, H., & Firdauzy, A. D. (2015). Evaluasi Tata Letak Fasilitas Produksi untuk Meningkatkan Efisiensi Kerja Pada PT. Nusa Multilaksana. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 1–29.
- Onuoha, O. A., & Doris, N. (2017). Store Layout and Customer Loyalty of Supermarkets in Port Harcourt, Nigeria. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 5(3), 34–39.
- Pangestu, Z. S. D., Mukzam, M. D. M., & Ruhana, I. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Pada Karyawan Perum Perhutani Ngawi). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43(1), 157–162.
- Hadiatna, D. R. (2018). Urgensi Penataan Layout Kantor Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Kantor*, 1– 13.

PENETAPAN *LAYOUT* UNTUK MEMPERLANCAR ARUS BARANG PADA TOKO ALAT TULIS MANDIRI PRATAMA RUSLIM

Andi Wijaya¹, Nellia²

¹Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: andiw@fe.untar.ac.id

²Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: nellia.115190337@stu.untar.ac.id

RINGKASAN

Setiap toko baik toko besar maupun kecil akan menghadapi persoalan tata letak. Pengaturan tata letak (*layout*) pada toko merupakan masalah yang sering dijumpai bahkan tidak dapat dihindari dalam dunia industri meskipun untuk lingkup yang lebih kecil dan sederhana. Apabila pengaturan ini terencana secara baik akan berpengaruh terhadap efisiensi dan kelancaran arus barang. Tata letak bukan hanya terjadi di toko melainkan dapat terjadi juga pada pabrik atau industri tertentu. Tujuan utama yang ingin dicapai dalam perencanaan tata letak fasilitas pada toko Mandiri Pratama Ruslim pada dasarnya adalah untuk memudahkan pencarian barang yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan.

Program PKM ini berupa penentuan tata letak pada toko Mandiri Pratama Ruslim untuk memperlancar arus barang. Selama ini tata letak yang ada di toko tersebut tidak efisien dalam jalur distribusi barang. Dengan tata letak yang benar maka terjadi efisiensi waktu dan pada akhirnya terjadi kelancaran arus barang pada toko tersebut. Universitas Tarumanagara sebagai kampus *entrepreneur* yang membantu penyediaan dana demi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Kata Kunci: tata letak, efisiensi, waktu

A. Pendahuluan

Persaingan bisnis ritel dewasa ini berlangsung sangat ketat seiring dengan berjalannya waktu. Setiap perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan terbaiknya kepada konsumen karena pelayanan merupakan hal yang penting untuk dapat menjaga keberlangsungan ritel itu sendiri. Untuk menghadapi dan memenangkan persaingan tersebut, perusahaan-perusahaan dituntut untuk menciptakan pemikiran yang kreatif dan inovatif di dalam tujuan perusahaan. Salah satu keputusan strategis yang paling penting dibuat oleh perusahaan untuk mencapai tujuan adalah dimana perusahaan tersebut harus menempatkan lokasi. Strategi lain yang merupakan keputusan penting adalah strategi *layout*, dimana *layout* dapat menentukan efisiensi sebuah operasi dalam jangka panjang. Penataan rak-rak dan barang dagangan di dalam toko merupakan prasyarat yang penting dalam sebuah gerai ritel karena tata letak yang baik akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan dalam proses penyelesaian pekerjaan (Bruyne dan Beijer, 2015). Para peritel dituntut untuk mampu menciptakan kondisi yang membuat karyawan senang dan merasa nyaman saat bekerja, karena dengan begitu karyawan akan memiliki emosi yang positif dan bekerja sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP) yang sudah ditentukan (Pangestu dkk., 2017). Tata letak yang baik memberikan kemudahan bagi konsumen, sehingga mampu membangun suasana yang nyaman bagi konsumen yang berada di dalam toko. Menurut Maheswari dan Firdauzy, (2015), tata letak toko memiliki banyak dampak strategis karena dapat

menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas, biaya, kualitas lingkungan kerja, kontak dengan pelanggan dan citra perusahaan. Menurut Onuoha dan Doris (2017) dan Hadiatna (2018), tata letak toko merupakan desain dari pada interior toko untuk memberikan kemudahan pengunjung berkeliling toko dan untuk dapat menampilkan semua barang secara maksimal, serta dapat memberikan kemudahan karyawan untuk bekerja secara efektif dan efisien sehingga dapat mempermudah pencapaian tujuan perusahaan.

Bisnis ritel merupakan keseluruhan aktivitas penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk dapat memenuhi hal tersebut dibutuhkan suatu teknologi dan strategi yang dapat memudahkan pelayanan, proses, serta pengantaran layanan. Keberadaan ritel modern berdampak bagi produsen, perusahaan dan pemerintah. Sudut produsen dan perusahaan adalah meningkatkan kapasitas pemasaran para distributornya dan pelaku terkait, tetapi pada sisi persaingan usaha memberikan dampak negatif bagi pengecer kecil. Di sisi lain timbulnya ritel memberikan dampak positif bagi pemerintah terutama dalam pendapatan perkapitanya. Ritel modern semakin lama semakin berkembang. Hal ini mendorong persaingan dunia bisnis yang sangat ketat. Oleh karena itu untuk mewujudkan hal tersebut, maka para pengusaha dalam bisnis ritel berusaha mengembangkan strateginya khususnya di bidang operasi untuk dapat menjangkau konsumen berbelanja. Salah satunya strategi yang digunakan adalah strategi tata letak. Strategi ini dilakukan untuk menjangkau konsumen atau pelanggan. Para pengusaha mencoba membuat tata letak yang dinamis dan dapat memberikan kenyamanan bagi pelanggan.

Toko Mandiri Pratama Ruslim merupakan toko yang melayani penjualan alat tulis. Permasalahan yang muncul adalah adakalanya pemilik tidak mengetahui letak barang tertentu, sehingga seringkali ketika pembeli menanyakan barang tertentu maka pemilik memerlukan cukup waktu untuk memperolehnya. Hal ini tentunya mempengaruhi waktu tunggu konsumen yang pada akhirnya mengurangi kepuasan pelanggan. Bukan tidak mungkin pelanggan akan berpindah ke toko lain yang menyiapkan produk tersebut dengan cepat.

Tujuan kegiatan PKM ini memberikan masukan bagi toko Mandiri Pratama Ruslim dalam hal tata letak (*layout*) produknya. Dengan tata letak yang tepat dan sesuai dengan konsep teori yang ada maka dapat dengan mudah mencari barang tersebut dan terciptalah efisiensi waktu yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan. Kemampuan penetapan tata letak ini sesuai dengan harapan dari Universitas Tarumanagara yang membantu masyarakat dalam membentuk jiwa wirausaha sesuai dengan *tagline entrepreneurship*.

B. Metode Pelaksanaan PKM

Secara keseluruhan terdapat dua tahapan yang dilakukan untuk penentuan tata letak ini, yaitu:

1. Mengatur barang-barang yang tinggi peminatannya pada tempat yang mudah dijangkau. Penempatan produk harus pada posisi strategis untuk menarik konsumen dalam melihat dan membeli produk tersebut. Disamping itu juga dilakukan penyusunan barang sesuai dengan jenis yang sama.

Penyusunan barang ini akan memudahkan penjual untuk mencari produk tertentu ketika dibutuhkan oleh konsumen.

2. Menempatkan barang yang sedang tren atau musiman di dalam etalase kaca toko dengan penataan yang baik. Penempatan ini akan menarik bagi pengunjung untuk melihat-lihat mengingat barang yang dipertontonkan adalah barang yang sedang tren atau musim sehingga memberikan nilai tambah untuk kelengkapan produk.

Langkah atau tahap pelaksanaan yang ditawarkan ini untuk membantu penetapan tata letak produk agar dapat mempermudah arus barang dan memperlancar arus distribusi barang yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan bahkan memenangi persaingan.

C. Hasil dan Luaran yang Dicapai

1. Profil Usaha

Nama : Toko Mandiri Utama Ruslim.
Kecamatan : Serpong Utara
Propinsi : Banten
Jam buka : 08.00 – 17.00 (Hari Senin- Sabtu)

Toko Mandiri Utama Ruslim merupakan sebuah UMKM yang bergerak pada *supplier* alat tulis. Perusahaan ini didirikan oleh Willyams dengan tujuan memenuhi kebutuhan alat tulis bagi masyarakat. Perusahaan menyediakan berbagai macam perlengkapan yang pada umumnya di gunakan di dalam kantor yang meliputi produk kertas, alat tulis dan barang dagang. Semua perlengkapan kantor tersebut merupakan beberapa perlengkapan kantor yang sangat penting bagi perusahaan, karena kegiatan operasional perusahaan tidak lepas dari perlengkapan kantor seperti pensil, pena, penggaris, buku dan lain sebagainya. Perlengkapan kantor yang berkualitas akan membuat karyawan nyaman dalam menggunakan dan menjadi lebih terasa nyaman yang pada akhirnya akan membuat bekerja menjadi lebih fokus. Peralatan tulis, produk kertas dan barang dagang lainnya merupakan salah satu perlengkapan kantor yang sangat penting untuk menunjang kegiatan operasional sehingga Anda akan lebih nyaman pada saat bekerja. Usaha penjualan perusahaan mengalami penurunan yang tajam sebagai akibat konsumen merasa lama dalam pelayanan karena proses pencarian barang yang relatif lama sehingga konsumen berpaling pada toko lain. Usaha ini melayani konsumen mulai pukul 08.00 sampai dengan 17.00 dalam operasionalnya.

D. Melakukan pendampingan dalam mengatur barang-barang yang tinggi peminatannya

Pada bagian ini, kami dari Tim PKM membantu pemilik/pengelola usaha untuk menata barang yang disesuaikan tingginya peminat akan produk tersebut yang dilihat dari besarnya penjualan. Langkah awal yang dilakukan adalah melakukan pendataan terhadap data penjualan perusahaan dan kemudian dirangkum dalam periode bulanan. Data yang diterima kemudian direkap menggunakan aplikasi *microsoft excell* untuk mengetahui data penjualan

produk dari yang tertinggi ke yang terendah. Langkah ini dilakukan untuk membantu pemilik usaha dalam meletakkan produk yang penjualannya tinggi pada posisi yang strategis yang mudah dijangkau demi terciptanya efisiensi waktu dan kemudahan pengambilan barang. Sementara itu untuk produk yang penjualannya rendah maka peletakan barang dapat dilakukan pada bagian yang kurang strategis atau sekitar bagian belakang. Konsep ini dilakukan agar memudahkan pengambilan barang yang memiliki penjualan tinggi sehingga waktu pengambilan barang menjadi efisien. Waktu yang efisien menyebabkan pengambilan barang dapat lebih cepat yang pada akhirnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas memungkinkan mereka akan loyal terhadap usaha ini kedepannya. Langkah lain yang dilakukan selain melakukan pendataan terhadap jenis produk usaha ini kemudian dirangkum dan dikelompokkan adalah melakukan penyusunan barang dagangan agar proses pengambilan barang lebih cepat juga, terutama pada saat produk yang masuk ke toko agar langsung diatur dan disesuaikan dengan tata letak (*layout*) yang ada. Perbaikan ini dilakukan untuk memudahkan pengambilan barang, dan memperlancar pergerakan orang. Waktu akan tersita ketika mengambil barang yang tingkat permintaannya tinggi akibat ketidaktahuan pelayan akan tempat produk tersebut. Jadi, pisahkan barang-barang yang paling laris dari barang-barang yang kurang laris dan pastikan lokasi rak untuk barang-barang dengan tingkat permintaan yang tinggi cukup dekat dengan lokasi pengemasan dan pengiriman. Anda bisa menaruh barang-barang yang tingkat permintaannya lebih rendah di tempat yang sedikit lebih jauh.

Gambar layout toko

Barang dagangan sesuai jenisnya	Barang dagangan sesuai jenisnya	Barang dagangan sesuai jenisnya
Barang dagangan sesuai jenisnya		Barang dagangan sesuai jenisnya
Barang dagangan sesuai jenisnya		Barang dagangan sesuai jenisnya
Barang yang tinggi permintaannya		Barang yang tinggi permintaannya
Meja kasir		Meja kasir
Pintu masuk/keluar		

E. Melakukan pendampingan untuk menempatkan barang yang sedang tren atau musiman di dalam etalase kaca toko dengan penataan yang baik.

Pada bagian ini, Tim PKM membantu pemilik/pengelola toko untuk menata etalase tokonya supaya kelihatan lebih baik dan menarik. Kami melakukan pemilahan atas barang-barang yang ada di dalam etalase dan memberikan masukan agar barang-barang yang sudah tidak tren dipindahkan ke bagian lain. Kami juga mengusulkan untuk menambahkan lampu di dalam etalase kaca supaya terlihat lebih elegan. Kebersihan kaca etalase juga harus diperhatikan mengingat kaca lebih mudah berminyak atau kotor. Pada bagian bawah etalase toko yang ukurannya cukup besar dapat digunakan untuk menyusun barang. Etalase memamerkan produk yang berukuran besar juga seperti beberapa tipe produk untuk bagian kasir yang masih dipergunakan oleh toko/kantor kecil. Dengan memperlihatkan cover kemasan produk bagian depan maka akan tampak jelas bentuk dan spesifikasi produk tersebut. Hal ini dilakukan agar display atau penyajian barang menjadi terlihat menarik, display merupakan suatu cara penataan produk yang dilakukan agar konsumen berminat dan tertarik untuk membeli sebuah produk yang ditawarkan. Penataan produk atau display ini memiliki beberapa tujuan yaitu untuk menciptakan citra dagang, meningkatkan pembeli, memperkenalkan barang baru, serta meningkatkan keuntungan. Penyajian barang yang sedang tren ini merupakan salah satu kunci keberhasilan dari keseluruhan strategi menciptakan suasana toko (*store atmosphere*) yang nyaman. Interior toko juga harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat memaksimalkan *visual merchandising*, yang dapat menarik di mata calon pembeli. Hal ini bertujuan agar pembeli yang berada dalam toko memiliki keinginan membeli produk lain (selain produk yang diinginkan) ketika melihat penyajian tersebut.

F. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Mitra merupakan toko sembako yang berlokasi dan melayani di wilayah Bekasi
- b. Toko ini mengalami masalah berupa penurunan nilai penjualan akibat persaingan.
- c. Mitra masih menggunakan pemasaran tradisional dalam menjual produknya.

2. Saran

- a. Mitra sebaiknya melakukan penjualan *online* dan mendaftarkan toko pada *e-commerce*
- b. Mitra sebaiknya membuat website untuk memudahkan konsumen melakukan transaksi dan dari website dapat berisi *content* apa saja yang mau dijelaskan oleh mitra

DAFTAR PUSTAKA

- Bruyne, E. De, & Beijer, M. (2015). Calculating NWoW Office Space With The PACT Mode. *Journal of Corporate Real Estate*, 17(2), 122–133. <https://doi.org/10.1108/JCRE-12-2014-0032>
- Maheswari, H., & Firdauzy, A. D. (2015). Evaluasi Tata Letak Fasilitas Produksi untuk Meningkatkan Efisiensi Kerja Pada PT. Nusa Multilaksana. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 1–29. Nitisemito, Alex. 2000. *Manajemen Personalia*. Jakarta: Grahalia Indonesia.
- Onuoha, O. A., & Doris, N. (2017). Store Layout and Customer Loyalty of Supermarkets in Port Harcourt, Nigeria. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 5(3), 34–39.
- Pangestu, Z. S. D., Mukzam, M. D. M., & Ruhana, I. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Pada Karyawan Perum Perhutani Ngawi). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43(1), 157–162.
- Hadiatna, D. R. (2018). Urgensi Penataan Layout Kantor Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Kantor*, 1– 13.