



**PERJANJIAN PELAKSANAAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT SKEMA REGULER
PERIODE I TAHUN ANGGARAN 2023
NOMOR: 0126-Int-KLPPM/UNTAR/III/2023**

Pada hari ini Kamis tanggal 30 bulan Maret tahun 2023 yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat selanjutnya disebut **Pihak Pertama**
2. Nama : Andi Wijaya, SE., MM.
NIDN/NIDK : 0326097403
Jabatan : Dosen Tetap
Bertindak untuk diri sendiri dan atas nama anggota pelaksana pengabdian:
a. Nama dan NIM : Jennie Jane [115210010]
b. Nama dan NIM : Bellinda Budiman [115200242]
selanjutnya disebut **Pihak Kedua**

Pihak Pertama dan **Pihak Kedua** sepakat mengadakan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat Skema Reguler Periode I Tahun 2023 Nomor : 0126-Int-KLPPM/UNTAR/III/2023 sebagai berikut:

Pasal 1

- (1). **Pihak Pertama** menugaskan **Pihak Kedua** untuk melaksanakan Pengabdian "**Evaluasi Display (tata letak) Produk untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko Online LT-SHOP di Jakarta**"
- (2). Besaran biaya yang diberikan kepada **Pihak Kedua** sebesar Rp 9.000.000,- (Sembilan juta rupiah), diberikan dalam 2 (dua) tahap masing-masing sebesar 50%. Tahap I diberikan setelah penandatanganan Perjanjian ini dan Tahap II diberikan setelah **Pihak Kedua** mengumpulkan **luaran wajib berupa artikel dalam jurnal nasional dan luaran tambahan, laporan akhir, laporan keuangan dan poster.**

Pasal 2

- (1) **Pihak Kedua** diwajibkan mengikuti kegiatan monitoring dan evaluasi sesuai dengan jadwal yang ditetapkan oleh **Pihak Pertama.**
- (2) Apabila terjadi perselisihan menyangkut pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini, kedua belah pihak sepakat untuk menyelesaikannya secara musyawarah. Demikian Perjanjian ini dibuat dan untuk dilaksanakan dengan tanggungjawab.

Pihak Pertama



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

Pihak Kedua

Andi Wijaya, SE., MM

**RENCANA PENGGUNAAN BIAYA
(Rp)**

| Rencana Penggunaan Biaya | Jumlah |
|---------------------------------|----------------|
| Pelaksanaan Kegiatan | Rp 9.000.000,- |

**REKAPITULASI RENCANA PENGGUNAAN BIAYA
(Rp)**

| NO | POS ANGGARAN | TAHAP I (50 %) | TAHAP II (50 %) | JUMLAH |
|-----------|----------------------|---------------------------|----------------------------|----------------|
| 1 | Pelaksanaan Kegiatan | Rp 4.500.000,- | Rp 4.500.000,- | Rp 9.000.000,- |
| | Jumlah | Rp 4.500.000,- | Rp 4.500.000,- | Rp 9.000.000,- |

Jakarta, 31 Maret 2023
Pelaksana PKM



Andi Wijaya, SE., MM

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



**EVALUASI *DISPLAY* (TATA LETAK) PRODUK UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO *ONLINE* LT-SHOP
DI JAKARTA**

Disusun oleh

Ketua tim

Andi Wijaya, SE., MM (0326097403/10199023)

Anggota:

Jennie Jane (115210010)

Bellinda Budiman (115200242)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Periode 1 Tahun 2023

1. Judul : Evaluasi *Display* (tata letak) Produk untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko *Online* LT-SHOP di Jakarta
2. Nama mitra PKM : Toko *online* LT Shop
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) : 2 orang
 - b. Nama & NIM Mahasiswa 1 : Jennie Jane (115210010)
 - c. Nama & NIM Mahasiswa 2 : Bellinda Budiman (115200242)
5. Lokasi kegiatan mitra
 - a. Wilayah mitra : DKI Jakarta
 - b. Kabupaten/kota : Cengkareng
 - c. Provinsi : DKI Jakarta
6. Metode Pelaksanaan : Luring
7. Luaran yang dihasilkan : Serina
8. Jangka waktu pelaksanaan : Januari – Juni 2023
9. Biaya yang disetujui LPPM : Rp 9.000.000,-

Jakarta, 12 Juli 2023

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..... | 5 |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Analisis situasi..... | 5 |
| 1.2. Prioritas permasalahan..... | 7 |
| BAB 2 SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN | |
| 2.1. Solusi Permasalahan | 8 |
| 2.2. Luaran Kegiatan PKM..... | 8 |
| BAB III METODE PELAKSANAAN | |
| 3.1. Langkah-langkah/Tahapan Pelaksanaan | 10 |
| 3.2. Model yang Ditawarkan..... | 10 |
| 3.3. Kepakaran dan Pembagian Tugas Tim | 11 |
| BAB IV HASIL LUARAN YANG INGIN DICAPAI | |
| 4.1. Profil Usaha | 13 |
| 4.2. Melakukan pendampingan dalam mengatur <i>display</i> (tata letak) produk berdasarkan kategori produk di web mitra..... | 13 |
| 4.3. Melakukan pendampingan dalam mengatur <i>display</i> produk pada web untuk menjaga agar pengunjung tetap berada di situs LT Shop..... | 15 |
| 4.4. Melakukan pendampingan dalam menempatkan produk baru pada web pada tempat yang strategis yang mudah dilihat oleh calon pembeli..... | 16 |
| 4.5. Rencana Tahapan Selanjutnya..... | 18 |
| BAB VKESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1. Kesimpulan..... | 20 |
| 5.2. Saran..... | 20 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 22 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN : | |
| 1. Foto-foto kegiatan | |
| 2. Luaran wajib | |
| 3. Luaran tambahan | |
| 4. Poster | |

RINGKASAN

Setiap toko *online* baik toko dalam skala besar maupun kecil akan menghadapi permasalahan *display* (tata letak). Pengaturan tata letak (*display*) untuk produk toko *online* merupakan masalah yang sering dijumpai bahkan tidak dapat dihindari, meskipun dalam lingkup yang lebih kecil atau sederhana. Apabila pengaturan *display* ini terencana secara baik akan berpengaruh terhadap efisiensi dan penjualan toko *online*. Tujuan utama yang ingin dicapai dalam perencanaan *display* (tata letak) pada toko *online* LT Shop pada dasarnya adalah untuk memudahkan pencarian produk yang memenuhi keinginan konsumen yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan.

Program PKM ini berupa penentuan *display* (tata letak) pada toko *online* LT Shop. Selama ini *display* yang ada di toko *online* tersebut kurang menarik dan masih belum teratur. Dengan *display* (tata letak) yang benar maka memudahkan proses pencarian barang dan dapat menciptakan peningkatan transaksi. Universitas Tarumanagara sebagai kampus *entrepreneur* yang membantu penyediaan dana demi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Kata Kunci: *display*, efisiensi, penjualan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Peningkatan jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia menyebabkan terjadinya pergeseran pada pembelian pada masyarakat Indonesia (Kadek, et al., 2020) yang biasanya mereka mengunjungi pusat perbelanjaan konvensional atau fisik seperti pasar, mal, maupun toko, namun sekarang mereka beralih ke pembelian secara *online*. Kondisi demikian menyebabkan *E-Commerce* yang semakin banyak bermunculan di Indonesia seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, dan sebagainya. Melalui belanja *online* ini, masyarakat sudah tidak perlu lagi mengorbankan waktu dan tenaga dengan bersusah payah datang ke toko untuk mencari dan membeli barang yang dikehendaki. Masyarakat saat ini dimudahkan dengan munculnya toko *online* dan aplikasi yang melayani jasa pembelian barang. Barang yang dijual pada toko *online* tidak terbatas pada satu pilihan saja, namun terdapat beraneka macam barang yang ditawarkan. Perilaku pembelian *online* ini merupakan hasil dari rangkaian kegiatan yang dilakukan konsumen dalam mengidentifikasi kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi beberapa alternatif, dan memilih yang tepat (Rafdinal, 2019).

Keberhasilan toko *online* salah satunya ditunjang oleh *layout website* dari toko *online* tersebut. *Layout website* ini sangat penting, karena dari tata letak *website* akan mempengaruhi pengguna *website*. Jika *layout* yang biasanya dilakukan secara tradisional namun sekarang tata letak tidak hanya secara tradisional, namun tata letak sekarang sudah berubah atau bertambah menjadi tata letak yang lebih modern. Jika dalam toko *offline*, 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) sehingga menciptakan suasana yang nyaman bagi karyawan dalam bekerja yang membuat karyawan bekerja sesuai dengan *Standar Operasional Prosedur* (SOP) yang sudah ditentukan (Pangestu dkk., 2017). 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 merupakan desain dari pada interior toko untuk memberikan kemudahan pengunjung untuk dapat melihat semua barang secara maksimal.

Toko *online* LT Shop merupakan toko yang melayani penjualan *consumer goods* (kebutuhan sehari-hari) secara *online*. Permasalahan yang muncul adalah adakalanya pembeli kesulitan untuk mencari produk yang diinginkan, hal ini dikarenakan *layout* dari produk masih tidak beraturan. Kondisi ini bukan tidak mungkin calon pembeli akan berpindah pada toko *online* yang sejenis, karena tentunya akan mempengaruhi waktu tunggu konsumen yang pada akhirnya mengurangi kepuasan pelanggan. Jika banyak calon pembeli yang beralih ke toko *online* pesaing, maka hal ini dapat menurunkan penjualan toko *online* tersebut.

Tujuan kegiatan PKM ini memberikan masukan bagi toko *online* LT Shop dalam hal tata letak (*layout*) produk pada webnya. 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*.

2.2 Permasalahan Mitra

Penentuan tata letak merupakan suatu langkah atau keputusan penting yang menentukan efisiensi bagi toko *online* LT Shop. Tata letak mempunyai dampak strategis karena menentukan daya saing toko dalam hal kontak pelanggan dan citra toko. Hal ini yang menjadi prioritas masalah bagi toko *online* LT Shop dalam hal tata letak. Toko *online* LT Shop harus memperhatikan letak produk sehingga memudahkan pencarian barang dan penataan yang menarik untuk dilihat konsumennya. Permasalahan mitra menyangkut tata letak, pelanggan sering mengeluhkan lamanya proses pencarian barang di aplikasinya ketika membeli suatu barang yang dikarenakan kesulitan mencari produknya ketika konsumen mencari menggunakan *smartphonenya*. 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 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 pembeli mencari barang tertentu, dengan kata lain penempatan barang dagangan tidak dilakukan sesuai kategori tertentu. Solusi yang ditawarkan adalah dengan melakukan pengaturan sesuai kategori produk yang ada.
- B. Pengaturan *display* produk kurang menarik hal ini dikarenakan produk dengan harga normal dengan diskon disatukan penyajiannya sehingga pembeli acap kali tidak mengetahui produk itu sedang ada potongan harga (diskon). Solusi yang ditawarkan adalah dengan mengatur tata letak sesuai dengan kategori harga normal dan diskon.
- C. Penempatan produk baru pada web dibuat kurang menarik yang menyebabkan calon pembeli tidak ada keinginan membeli produk baru tersebut. Solusi yang ditawarkan adalah dengan menempatkan seluruh produk baru pada bagian web yang strategis sehingga mudah dilihat oleh calon pembeli.

2.2 Luaran Kegiatan PKM

Target pengabdian kepada masyarakat/luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah agar Toko *online* LT Shop dapat menetapkan tata letak yang benar sehingga proses pencarian barang oleh calon pembeli dapat ditemukan dengan mudah. Penempatan produk ini juga dapat dilakukan untuk produk yang sedang diskon dan produk baru. Kedua produk itu harus ditempatkan pada sisi yang menonjol, maksudnya dapat dengan mudah dilihat calon pembeli.

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 (*display*) ini, yaitu:

1. Mengatur *display* (tata letak) produk berdasarkan kategori produk. Penempatan ini dilakukan agar calon pembeli dengan mudah menemukan produk berdasarkan pada kategori tertentu, misalnya produk alat kesehatan maka dikelompokkan seluruh produk alat kesehatan pada kategori alat kesehatan.
2. Mengatur *display* produk pada web untuk menjaga agar pengunjung tetap berada di situs LT Shop. Hal ini dilakukan agar dapat calon pembeli yang semula tidak berkeinginan untuk membeli produk tersebut menjadi membelinya disamping itu juga memunculkan pembeli potensial produk tersebut.
3. Menempatkan produk baru pada web pada tempat yang strategis yang mudah dilihat oleh calon pembeli. Umumnya produk baru merupakan produk yang ingin dibeli oleh calon pembeli karena faktor *update*, produk ini harus ditempatkan pada bagian utama dari web tersebut.

Langkah atau tahap pelaksanaan yang ditawarkan ini untuk membantu penetapan tata letak (*display*) produk agar dapat mempermudah pencarian produk oleh calon pembeli. Hal ini dilakukan agar dapat meningkatkan penjualan bahkan memenangi persaingan.

3.2. Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM

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

A. Mengatur *display* (tata letak) produk berdasarkan kategori produk di web mitra.

Melakukan pendampingan kepada mitra untuk membuat kategori produk dengan memilih dan mengalokasikan produk sejenis dan mengelompokkan pada kategori produk tertentu.

B. Mengatur *display* produk pada web untuk menjaga agar pengunjung tetap berada di situs LT Shop.

Melakukan pendampingan kepada mitra untuk mengatur tata letak (*layout*) produk mitra dengan harapan dapat menjaga agar pengunjung tetap berada di situs LT Shop.

C. Menempatkan produk baru pada web pada tempat yang strategis yang mudah dilihat oleh calon pembeli.

Melakukan pendampingan kepada mitra dalam penempatan produk baru pada web agar ditempatkan pada tempat utama yang mudah terlihat calon pembeli, hal ini dapat membantu toko *online* tersebut dalam memberikan kesan positif dari toko ini akan *update* produk barunya.

3.3.Kepekaran tim pengabdian kepada masyarakat

Dalam rangka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ketua tim berpengalaman mengajar dan gelar yang disandangnya, 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 LT Shop di Jakarta Barat. 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 | Jennie Jane | Anggota tim |
| 3 | Bellinda Budiman | 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 *display* (tata letak) dilakukan oleh ketua tim dan anggota melalui survey langsung ke pemilik toko *online* dilanjutkan dengan membuat rekapan hasil tersebut untuk dimasukkan dalam pembuatan *layout* web tersebut.

BAB IV

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

4.1. Profil Usaha

| | |
|--------------|--------------------|
| Nama | : LT Shop. |
| Bidang usaha | : Toko online |
| Kecamatan | : Cengkareng Timur |
| Propinsi | : DKI Jakarta |

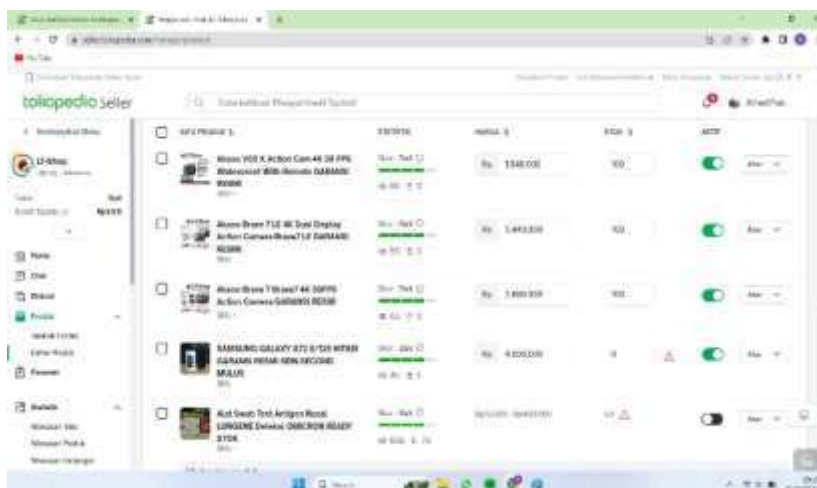
LT Shop merupakan sebuah UMKM yang bergerak pada usaha dagang. Usaha ini dirintis oleh Alfred Pratama dengan tujuan memenuhi kebutuhan bagi masyarakat. Usaha ini menyediakan berbagai macam perlengkapan yang pada umumnya di gunakan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Usaha dagang yang berkualitas dapat dilihat dari tampilan (*display*) dari usaha ini di *marketplace*. Usaha ini melayani konsumen mulai pukul 08.00 sampai dengan 17.00 dalam operasionalnya. LT Shop menjual produk tertentu secara *online* yang berusaha menyajikan foto produk untuk menjadi daya tarik bagi penjualan produk. Foto produk yang ditampilkan dari beberapa sisi untuk memperlihatkan secara detail produk secara optimal. Deskripsi produk juga disajikan untuk membuat konsumen yakin dengan produk pada toko online, hal itu terjadi karena konsumen tidak akan mencari lagi informasi untuk produk yang toko jual. Beberapa konsumen tentunya akan membandingkan harga dari produk ke produk lainnya, LT Shop menetapkan harga produk yang tepat, dalam arti LT Shop berusaha menetapkan harga produk yang tidak menjatuhkan harga pasar dan tidak kemahalan.

4.2. Melakukan pendampingan dalam mengatur *display* (tata letak) produk berdasarkan kategori produk di web mitra.

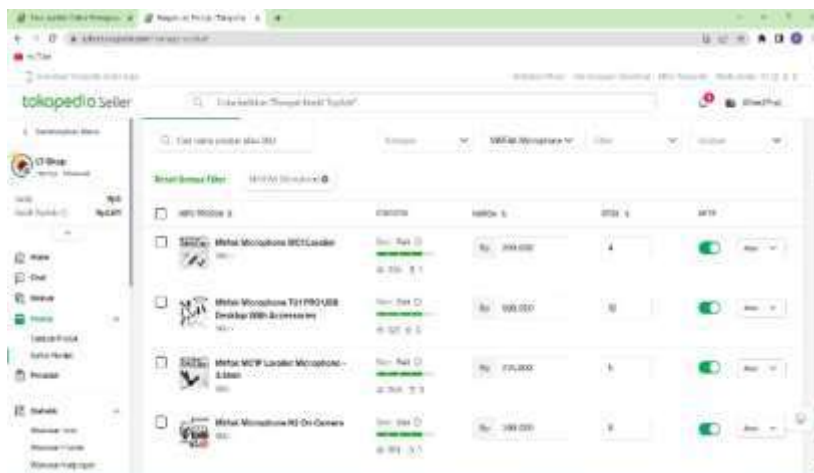
Penempatan ini dilakukan agar calon pembeli dengan mudah menemukan produk berdasarkan pada kategori tertentu, misalnya produk alat kesehatan maka

dikelompokkan seluruh produk alat kesehatan pada kategori alat kesehatan. Selama ini LT Shop masih menyajikan produk dalam web-nya dalam kondisi tidak teratur. Produk disajikan dalam jenis atau kategori yang berbeda, sehingga ketika calon pembeli ingin membandingkan item produk yang lain menjadi sulit. Pada bagian ini, kami dari Tim PKM membantu LT Shop untuk menata barang yang disesuaikan jenis/kategori akan produk tersebut. Langkah ini dilakukan untuk membantu LT Shop dalam meletakkan produk pada posisi yang strategis sesuai jenisnya sehingga mudah dijangkau demi terciptanya efisiensi waktu. Konsep ini dilakukan agar memudahkan pencarian barang bagi calon pembeli sehingga waktu pencarian barang menjadi lebih efisien. Waktu yang efisien menyebabkan pencarian barang dapat lebih cepat yang pada akhirnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas memungkinkan mereka akan loyal terhadap usaha ini kedepannya. Langkah ini dilakukan agar proses pemilihan barang lebih cepat, terutama pada saat produk yang masuk ada di web langsung diatur dan disesuaikan dengan tata letak (*layout*) yang sesuai dengan kategori/jenis produk yang ada. Perbaikan ini dilakukan untuk memudahkan pemilihan barang.

Berikut contoh penyajian produk yang tidak sesuai kategori pada LT Shop yang diambil dari Tokopedia



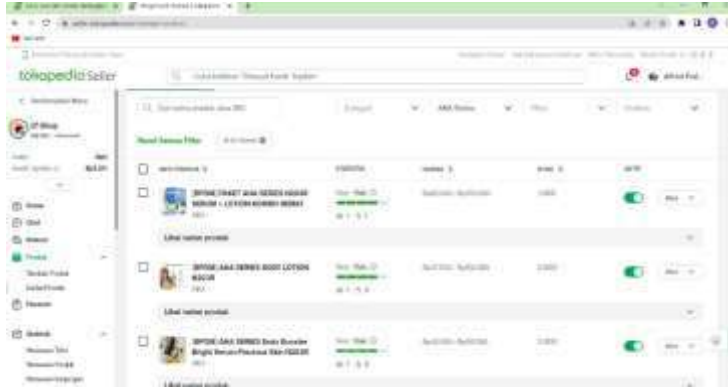
Berikut usulan yang diberikan ke LT Shop:



4.3. Melakukan pendampingan dalam mengatur *display* produk pada web untuk menjaga agar pengunjung tetap berada di situs LT Shop.

Melakukan pendampingan kepada mitra untuk mengatur tata letak (*layout*) produk mitra dengan harapan dapat menjaga agar pengunjung tetap berada di situs LT Shop. Berbicara mengenai website tentu sangat lekat hubungannya dengan identitas usaha dari mitra, tentu tampilan web harus informatif dan desain web dibuat menarik, karena desain web akan mencerminkan identitas dari usaha ini. Untuk itu, maka LT Shop harus segera membenahi desain pada websitenya agar menjadi *exclusive* dan berkarakter. Desain website yang *exclusive* dan berkarakter akan mampu menarik calon pembeli bagi LT Shop. Di samping itu, website dengan desain Web yang bagus akan mencerminkan identitas LT Shop yang dapat menarik calon pembeli yang potensial untuk mendatangkan profit bagi LT Shop. Langkah awal adalah dengan melakukan *branding*. *Branding* memiliki hubungan yang erat dengan citra LT Shop. Jika aktifitas *branding* disampaikan dengan baik, maka akan membentuk citra LT Shop yang baik pula di mata publik. Membangun *brand* dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satunya dengan *advertising* yang di dalamnya termasuk memiliki sebuah website dengan desain web yang *exclusive* dan berkarakter.

Citra brand yang positif akan membentuk persepsi yang baik di benak konsumen.



4.4.Melakukan pendampingan dalam menempatkan produk baru pada web pada tempat yang strategis yang mudah dilihat oleh calon pembeli.

Melakukan pendampingan kepada mitra dalam penempatan produk baru pada web agar ditempatkan pada tempat utama yang mudah terlihat calon pembeli, hal ini dapat membantu toko *online* tersebut dalam memberikan kesan positif dari toko ini akan *update* produk barunya. Pada bagian ini, Tim PKM membantu pemilik usaha untuk menata etalase tokonya agar terlihat 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. Pewarnaan pada kaca etalase juga harus diperhatikan agar terjadi *eye catching* bagi calon pembeli dari etalase toko ini. Etalase toko ini memamerkan produk dari beberapa tipe, 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 dalam menciptakan suasana toko (*store atmosphere*) yang nyaman. Hal ini bertujuan agar pembeli yang berada dalam toko memiliki keinginan membeli produk lain (selain produk yang diinginkan) ketika melihat *penyajian tersebut*. Gagasan dan pesan masuk ke dalam pikiran manusia akan membentuk persepsi melalui kata-kata, simbol dan visual lainnya. Tak terkecuali dengan desain website serta pengembangan di dalamnya. Website LT Shop dibuat dengan baik dan mampu menciptakan komunikasi dengan pengunjung. Perlu adanya tatanan bahasa yang baik serta tata letak yang efektif agar informasi yang diinginkan oleh pengguna dapat dengan mudah ditemukan.

4.5.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, malinkan 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

5.1. Kesimpulan

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

- a. Mitra merupakan toko online yang beralamat di Cengkareng Timur Jakarta Barat
- b. Toko ini mengalami masalah berupa penurunan nilai penjualan akibat persaingan.
- c. Mitra belum menggunakan tata letak yang baik sehingga calon pembeli banyak yang tidak puas dengan kondisi toko online mitra.

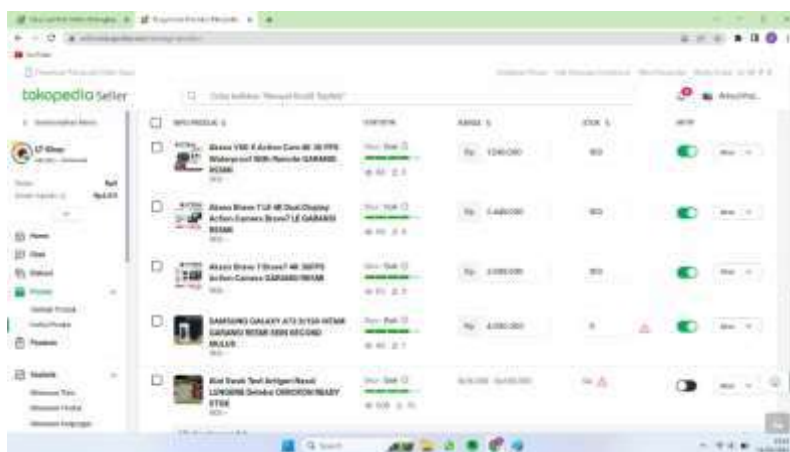
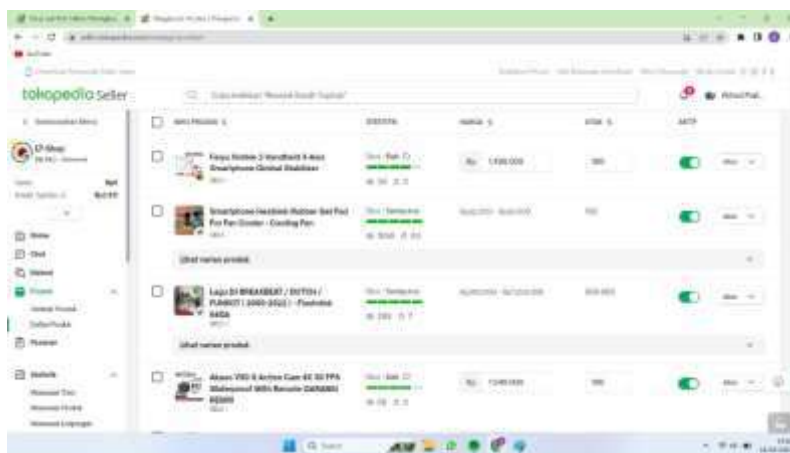
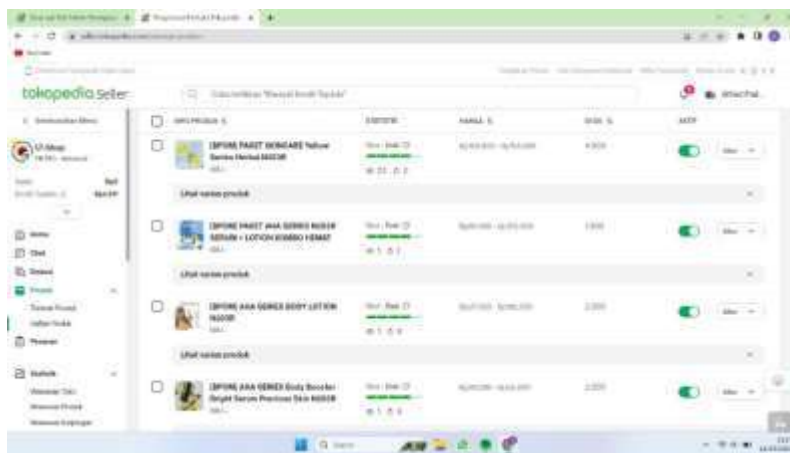
5.2. Saran

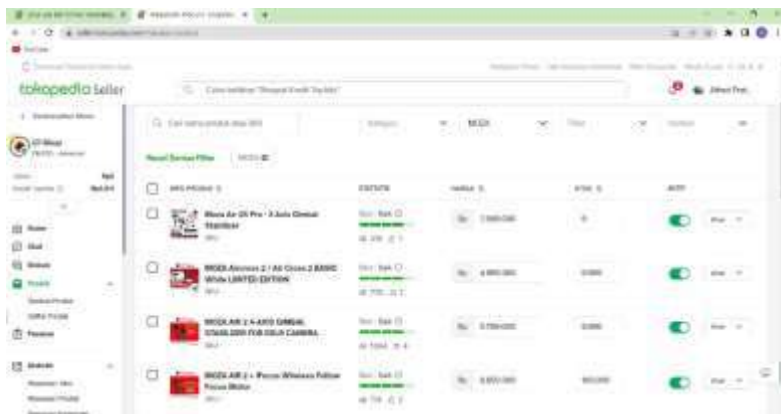
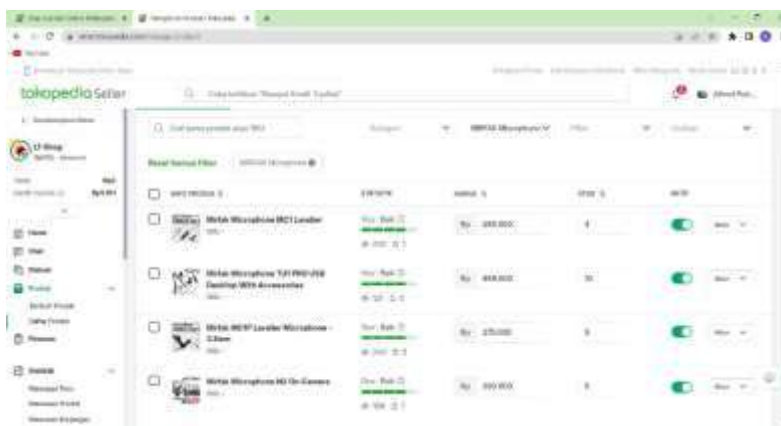
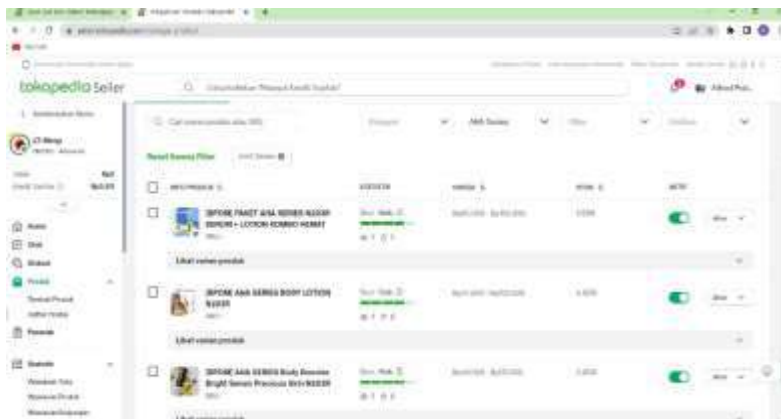
1. Mitra sebaiknya mulai menerapkan konsep tata letak agar proses pelayanan kepada pembeli menjadi optimal.
2. Mitra mempertahankan tata letak yang telah teratur agar calon pembeli dapat merasakan kenyamanan dalam pemilihan produk.
3. Melaksanakan PKM berkelanjutan mengenai aspek lain, seperti pengelolaan keuangan yang baik melalui pencatatan laporan keuangan.

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>
- Hadiatna, D. R. (2018). Urgensi Penataan Layout Kantor Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Kantor*, 1–13.
- Kadek Aryana Dwi Putra, et. al (2020). Mediatisasi Layanan Pesan Antar Makanan Di Indonesia Melalui Aplikasi Go-Food. *Islamic Communication Journal* Volume 5, Nomor 1
- 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: Graha 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.
- Rafdinal, W. (2019). Increasing purchase decisions on palm oil seeds through marketing mix and trust. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 354, 192–198. <https://doi.org/10.2991/icastss-19.2019.41>

LAMPIRAN 1:





LAMPIRAN 2:

EVALUASI *DISPLAY* (TATA LETAK) PRODUK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO *ONLINE* LT-SHOP DI JAKARTA

Andi Wijaya¹, Jennie Jane², Bellinda Budiman³

¹Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: andiw@fe.untar.ac.id

²Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: jennie.115210010@stu.untar.ac.id

³Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: bellinda.115120242@stu.untar.ac.id

RINGKASAN

Setiap toko *online* baik toko dalam skala besar maupun kecil akan menghadapi permasalahan *display* (tata letak). Pengaturan tata letak (*display*) untuk produk toko *online* merupakan masalah yang sering dijumpai bahkan tidak dapat dihindari, meskipun dalam lingkup yang lebih kecil atau sederhana. Apabila pengaturan *display* ini terencana secara baik akan berpengaruh terhadap efisiensi dan penjualan toko *online*. Tujuan utama yang ingin dicapai dalam perencanaan *display* (tata letak) pada toko *online* LT Shop pada dasarnya adalah untuk memudahkan pencarian produk yang memenuhi keinginan konsumen yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan.

Program PKM ini berupa penentuan *display* (tata letak) pada toko *online* LT Shop. Selama ini *display* yang ada di toko *online* tersebut kurang menarik dan masih belum teratur. Dengan *display* (tata letak) yang benar maka memudahkan proses pencarian barang dan dapat menciptakan peningkatan transaksi. Universitas Tarumanagara sebagai kampus *entrepreneur* yang membantu penyediaan dana demi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Kata Kunci: *display*, efisiensi, penjualan

A. Pendahuluan

Peningkatan jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia menyebabkan terjadinya pergeseran pada pembelian pada masyarakat Indonesia (Kadek, et al., 2020) yang biasanya mereka mengunjungi pusat perbelanjaan konvensional atau fisik seperti pasar, mal, maupun toko, namun sekarang mereka beralih ke pembelian secara *online*. Kondisi demikian menyebabkan *E-Commerce* yang semakin banyak bermunculan di Indonesia seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibi, dan sebagainya. Melalui belanja *online* ini, masyarakat sudah tidak perlu lagi mengorbankan waktu dan tenaga dengan bersusah payah datang ke toko untuk mencari dan membeli barang yang dikehendaki. Masyarakat saat ini dimudahkan dengan munculnya toko *online* dan aplikasi yang melayani jasa pembelian barang. Barang yang dijual pada toko *online* tidak terbatas pada satu pilihan saja, namun terdapat beraneka macam barang yang ditawarkan. Perilaku pembelian *online* ini merupakan hasil dari

rangkaian kegiatan yang dilakukan konsumen dalam mengidentifikasi kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi beberapa alternatif, dan memilih yang tepat (Rafdinal, 2019).

Keberhasilan toko *online* salah satunya ditunjang oleh *layout website* dari toko *online* tersebut. *Layout website* ini sangat penting, karena dari tata letak *website* akan mempengaruhi pengguna *website*. Jika *layout* yang biasanya dilakukan secara tradisional namun sekarang tata letak tidak hanya secara tradisional, namun tatak letak sekarang sudah berubah atau bertambah menjadi tata letak yang lebih modern. Jika dalam toko *offline*, 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) sehingga menciptakan suasana yang nyaman bagi karyawan dalam bekerja yang membuat karyawan bekerja sesuai dengan *Standar Operasional Prosedur (SOP)* yang sudah ditentukan (Pangestu dkk., 2017). 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 merupakan desain dari pada interior toko untuk memberikan kemudahan pengunjung untuk dapat melihat semua barang secara maksimal.

Toko *online* LT Shop merupakan toko yang melayani penjualan *consumer goods* (kebutuhan sehari-hari) secara *online*. Permasalahan yang muncul adalah adakalanya pembeli kesulitan untuk mencari produk yang diinginkan, hal ini dikarenakan *layout* dari produk masih tidak beraturan. Kondisi ini bukan tidak mungkin calon pembeli akan berpindah pada toko *online* yang sejenis, karena tentunya akan mempengaruhi waktu tunggu konsumen yang pada akhirnya mengurangi kepuasan pelanggan. Jika banyak calon pembeli yang beralih ke toko *online* pesaing, maka hal ini dapat menurunkan penjualan toko *online* tersebut.

Tujuan kegiatan PKM ini memberikan masukan bagi toko *online* LT Shop dalam hal tata letak (*layout*) produk pada webnya. 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 tiga tahapan yang dilakukan untuk penentuan tata letak (*display*) ini, yaitu:

1. Mengatur *display* (tata letak) produk berdasarkan kategori produk. Penempatan ini dilakukan agar calon pembeli dengan mudah menemukan produk berdasarkan pada kategori tertentu, misalnya produk alat kesehatan

- maka dikelompokkan seluruh produk alat kesehatan pada kategori alat kesehatan.
2. Mengatur *display* produk pada web untuk menjaga agar pengunjung tetap berada di situs LT Shop. Hal ini dilakukan agar dapat calon pembeli yang semula tidak berkeinginan untuk membeli produk tersebut menjadi membelinya disamping itu juga memunculkan pembeli potensial produk tersebut.
 3. Menempatkan produk baru pada web pada tempat yang strategis yang mudah dilihat oleh calon pembeli. Umumnya produk baru merupakan produk yang ingin dibeli oleh calon pembeli karena faktor *update*, produk ini harus ditempatkan pada bagian utama dari web tersebut.

C. Hasil dan Luaran yang Dicapai

Profil Usaha

| | |
|--------------|--------------------|
| Nama | : LT Shop. |
| Bidang usaha | : Toko online |
| Kecamatan | : Cengkareng Timur |
| Propinsi | : DKI Jakarta |

LT Shop merupakan sebuah UMKM yang bergerak pada usaha dagang. Usaha ini dirintis oleh Alfred Pratama dengan tujuan memenuhi kebutuhan bagi masyarakat. Usaha ini menyediakan berbagai macam perlengkapan yang pada umumnya di gunakan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Usaha dagang yang berkualitas dapat dilihat dari tampilan (*display*) dari usaha ini di *marketplace*. Usaha ini melayani konsumen mulai pukul 08.00 sampai dengan 17.00 dalam operasionalnya. LT Shop menjual produk tertentu secara *online* yang berusaha menyajikan foto produk untuk menjadi daya tarik bagi penjualan produk. Foto produk yang ditampilkan dari beberapa sisi untuk memperlihatkan secara detail produk secara optimal. Deskripsi produk juga disajikan untuk membuat konsumen yakin dengan produk pada toko online, hal itu terjadi karena konsumen tidak akan mencari lagi informasi untuk produk yang toko jual. Beberapa konsumen tentunya akan membandingkan harga dari produk ke produk lainnya, LT Shop menetapkan harga produk yang tepat, dalam arti LT Shop berusaha menetapkan harga produk yang tidak menjatuhkan harga pasar dan tidak kemahalan.

D. Melakukan pendampingan dalam mengatur *display* (tata letak) produk berdasarkan kategori produk di web mitra.

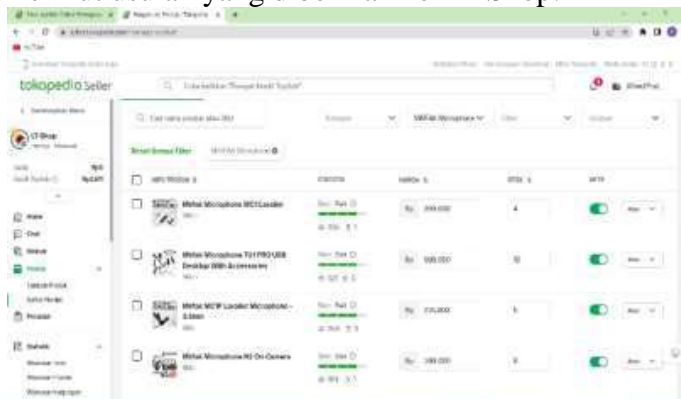
Penempatan ini dilakukan agar calon pembeli dengan mudah menemukan produk berdasarkan pada kategori tertentu, misalnya produk alat kesehatan maka dikelompokkan seluruh produk alat kesehatan pada kategori alat kesehatan. Selama ini LT Shop masih menyajikan produk dalam web-nya dalam kondisi tidak teratur. Produk disajikan dalam jenis atau kategori yang berbeda, sehingga

ketika calon pembeli ingin membandingkan item produk yang lain menjadi sulit. Pada bagian ini, kami dari Tim PKM membantu LT Shop untuk menata barang yang disesuaikan jenis/kategori akan produk tersebut. Langkah ini dilakukan untuk membantu LT Shop dalam meletakkan produk pada posisi yang strategis sesuai jenisnya sehingga mudah dijangkau demi terciptanya efisiensi waktu. Konsep ini dilakukan agar memudahkan pencarian barang bagi calon pembeli sehingga waktu pencarian barang menjadi lebih efisien. Waktu yang efisien menyebabkan pencarian barang dapat lebih cepat yang pada akhirnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas memungkinkan mereka akan loyal terhadap usaha ini kedepannya. Langkah ini dilakukan agar proses pemilihan barang lebih cepat, terutama pada saat produk yang masuk ada di web langsung diatur dan disesuaikan dengan tata letak (*layout*) yang sesuai dengan kategori/jenis produk yang ada. Perbaikan ini dilakukan untuk memudahkan pemilihan barang.

Berikut contoh penyajian produk yang tidak sesuai kategori pada LT Shop yang diambil dari Tokopedia

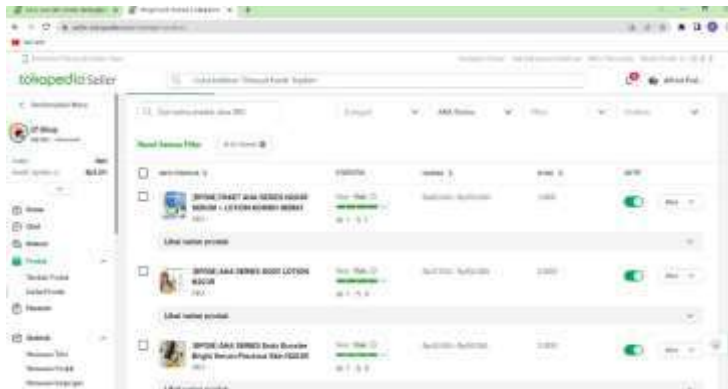


Berikut usulan yang diberikan ke LT Shop:



E. Melakukan pendampingan dalam mengatur *display* produk pada web untuk menjaga agar pengunjung tetap berada di situs LT Shop.

Melakukan pendampingan kepada mitra untuk mengatur tata letak (*layout*) produk mitra dengan harapan dapat menjaga agar pengunjung tetap berada di situs LT Shop. Berbicara mengenai website tentu sangat lekat hubungannya dengan identitas usaha dari mitra, tentu tampilan web harus informatif dan desain web dibuat menarik, karena desain web akan mencerminkan identitas dari usaha ini. Untuk itu, maka LT Shop harus segera membenahi desain pada websitenya agar menjadi *exclusive* dan berkarakter. Desain website yang *exclusive* dan berkarakter akan mampu menarik calon pembeli bagi LT Shop. Di samping itu, website dengan desain Web yang bagus akan mencerminkan identitas LT Shop yang dapat menarik calon pembeli yang potensial untuk mendatangkan profit bagi LT Shop. Langkah awal adalah dengan melakukan *branding*. *Branding* memiliki hubungan yang erat dengan citra LT Shop. Jika aktifitas *branding* disampaikan dengan baik, maka akan membentuk citra LT Shop yang baik pula di mata publik. Membangun *brand* dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satunya dengan *advertising* yang di dalamnya termasuk memiliki sebuah website dengan desain web yang *exclusive* dan berkarakter. Citra brand yang positif akan membentuk persepsi yang baik di benak konsumen.



F. Melakukan pendampingan dalam menempatkan produk baru pada web pada tempat yang strategis yang mudah dilihat oleh calon pembeli.

Melakukan pendampingan kepada mitra dalam penempatan produk baru pada web agar ditempatkan pada tempat utama yang mudah terlihat calon pembeli, hal ini dapat membantu toko *online* tersebut dalam memberikan kesan positif dari toko ini akan *update* produk barunya. Pada bagian ini, Tim PKM membantu pemilik usaha untuk menata etalase tokonya agar terlihat 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. Pewarnaan pada kaca etalase juga harus diperhatikan agar terjadi *eye catching* bagi calon pembeli dari etalase toko ini. Etalase toko ini memamerkan produk dari beberapa tipe, 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 dalam menciptakan suasana toko (*store atmosphere*) yang nyaman. Hal ini bertujuan agar pembeli yang berada dalam toko memiliki keinginan membeli produk lain (selain produk yang diinginkan) ketika melihat *penyajian tersebut*. Gagasan dan pesan masuk ke dalam pikiran manusia akan membentuk persepsi melalui kata-kata, simbol dan visual lainnya. Tak terkecuali dengan desain website serta pengembangan di dalamnya. Website LT Shop dibuat dengan baik dan mampu menciptakan komunikasi dengan pengunjung. Perlu adanya tatanan bahasa yang baik serta tata letak yang efektif agar informasi yang diinginkan oleh pengguna dapat dengan mudah ditemukan.

G. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

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

- a. Mitra merupakan toko online yang beralamat di Cengkareng Timur Jakarta Barat
- b. Toko ini mengalami masalah berupa penurunan nilai penjualan akibat persaingan.
- c. Mitra belum menggunakan tata letak yang baik sehingga calon pembeli banyak yang tidak puas dengan kondisi toko online mitra.

2. Saran

- a. Mitra sebaiknya mulai menerapkan konsep tata letak agar proses pelayanan kepada pembeli menjadi optimal.
- b. Mitra mempertahankan tata letak yang telah teratur agar calon pembeli dapat merasakan kenyamanan dalam pemilihan produk.
- c. Melaksanakan PKM berkelanjutan mengenai aspek lain, seperti pengelolaan keuangan yang baik melalui pencatatan laporan keuangan.

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>
- Hadiatna, D. R. (2018). Urgensi Penataan Layout Kantor Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Kantor*, 1–13.
- Kadek Aryana Dwi Putra, et. al (2020). Mediatisasi Layanan Pesan Antar Makanan Di Indonesia Melalui Aplikasi Go-Food. *Islamic Communication Journal* Volume 5, Nomor 1
- 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.
- Rafdinal, W. (2019). Increasing purchase decisions on palm oil seeds through marketing mix and trust. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 354, 192–198. <https://doi.org/10.2991/icastss-19.2019.41>

LAMPIRAN 3:

EVALUASI *DISPLAY* (TATA LETAK) PRODUK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO *ONLINE* LT-SHOP DI JAKARTA

Andi Wijaya*, Jennie Jane (115210010)**, Bellinda Budiman (115200242)**

Peningkatan jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia menyebabkan terjadinya pergeseran pada pembelian pada masyarakat Indonesia yang biasanya mereka mengunjungi pusat perbelanjaan konvensional atau fisik seperti pasar, mal, maupun toko, namun sekarang mereka beralih ke pembelian secara *online*. Kondisi demikian menyebabkan *e-commerce* yang makin banyak bermunculan di Indonesia seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, dan sebagainya. Melalui belanja *online* ini, masyarakat sudah tidak perlu lagi mengorbankan waktu dan tenaga dengan bersusah payah datang ke toko untuk mencari dan membeli barang yang dikehendaki. Masyarakat saat ini dimudahkan dengan munculnya toko *online* dan aplikasi yang melayani jasa pembelian barang. Barang yang dijual pada toko *online* tidak terbatas pada satu pilihan saja, namun terdapat beraneka macam barang yang ditawarkan. Perilaku pembelian *online* ini merupakan hasil dari rangkaian kegiatan yang dilakukan konsumen dalam mengidentifikasi kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi beberapa alternatif, dan memilih yang tepat.

Keberhasilan toko *online* salah satunya ditunjang oleh *layout website* dari toko *online* tersebut. *Layout website* ini sangat penting, karena dari tata letak *website* akan mempengaruhi pengguna *website*. Jika *layout* yang biasanya dilakukan secara tradisional namun sekarang tata letak tidak hanya secara tradisional, namun tata letak sekarang sudah berubah atau bertambah menjadi tata letak yang lebih modern. Jika dalam toko *offline*, 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 sehingga menciptakan suasana yang nyaman bagi karyawan dalam bekerja yang membuat karyawan bekerja sesuai dengan *Standar Operasional Prosedur* (SOP) yang sudah ditentukan

Penentuan tata letak merupakan suatu langkah atau keputusan penting yang menentukan efisiensi bagi toko *online* LT Shop. Tata letak mempunyai dampak strategis karena menentukan daya saing toko dalam hal kontak pelanggan dan citra toko. Toko *online* LT Shop harus memperhatikan letak produk sehingga memudahkan pencarian barang dan penataan yang menarik untuk dilihat konsumennya. Toko *online* LT Shop merupakan toko yang melayani penjualan *consumer goods* (kebutuhan sehari-hari) secara *online*. Permasalahan mitra menyangkut tata letak, pelanggan sering mengeluhkan lamanya proses pencarian barang di aplikasinya ketika membeli suatu barang yang dikarenakan kesulitan mencari produknya ketika konsumen mencari menggunakan *smartphonenya*. 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 dengan harapan penjualan dapat terus terjaga dengan baik dan pada akhirnya dapat memuaskan pelanggan.

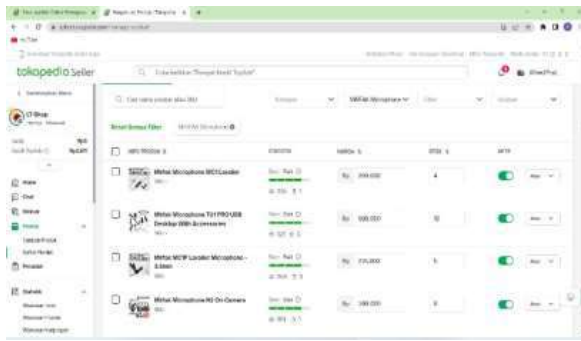
Melakukan pendampingan dalam mengatur *display* (tata letak) produk berdasarkan kategori produk di web mitra.

Penempatan ini dilakukan agar calon pembeli dengan mudah menemukan produk berdasarkan pada kategori tertentu, misalnya produk alat kesehatan maka dikelompokkan seluruh produk alat kesehatan pada kategori alat kesehatan. Selama ini LT Shop masih menyajikan produk dalam web-nya dalam kondisi tidak teratur. Produk disajikan dalam jenis atau kategori yang berbeda, sehingga ketika calon pembeli ingin membandingkan item produk yang lain menjadi sulit. Pada bagian ini, kami dari Tim PKM membantu LT Shop untuk menata barang yang disesuaikan jenis/kategori akan produk tersebut. Langkah ini dilakukan untuk membantu LT Shop dalam meletakkan produk pada posisi yang strategis sesuai jenisnya sehingga mudah dijangkau demi terciptanya efisiensi waktu. Konsep ini dilakukan agar memudahkan pencarian barang bagi calon pembeli sehingga waktu pencarian barang menjadi lebih efisien. Waktu yang efisien menyebabkan pencarian barang dapat lebih cepat yang pada akhirnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas memungkinkan mereka akan loyal terhadap usaha ini kedepannya. Langkah ini dilakukan agar proses pemilihan barang lebih cepat, terutama pada saat produk yang masuk ada di web langsung diatur dan disesuaikan dengan tata letak (*layout*) yang sesuai dengan kategori/jenis produk yang ada. Perbaikan ini dilakukan untuk memudahkan pemilihan barang.

Berikut contoh penyajian produk yang tidak sesuai kategori pada LT Shop yang diambil dari Tokopedia



Berikut usulan yang diberikan ke LT Shop:



Melakukan pendampingan dalam mengatur *display* produk pada web untuk menjaga agar pengunjung tetap berada di situs LT Shop.

Melakukan pendampingan kepada mitra untuk mengatur tata letak (*layout*) produk mitra dengan harapan dapat menjaga agar pengunjung tetap berada di situs LT Shop. Berbicara mengenai website tentu sangat lekat hubungannya dengan identitas usaha dari mitra, tentu tampilan web harus informatif dan desain web dibuat menarik, karena desain web akan mencerminkan identitas dari usaha ini. Untuk itu, maka LT Shop harus segera membenahi desain pada websitenya agar menjadi *exclusive* dan berkarakter. Desain website yang *exclusive* dan berkarakter akan mampu menarik calon pembeli bagi LT Shop. Di samping itu, website dengan desain Web yang bagus akan mencerminkan identitas LT Shop yang dapat menarik calon pembeli yang potensial untuk mendatangkan profit bagi LT Shop. Langkah awal adalah dengan melakukan *branding*. *Branding* memiliki hubungan yang erat dengan citra LT Shop. Jika aktifitas *branding* disampaikan dengan baik, maka akan membentuk citra LT Shop yang baik pula di mata publik. Membangun *brand* dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satunya dengan *advertising* yang di dalamnya termasuk memiliki sebuah website dengan desain web yang *exclusive* dan berkarakter. Citra brand yang positif akan membentuk persepsi yang baik di benak konsumen.

Melakukan pendampingan dalam menempatkan produk baru pada web pada tempat yang strategis yang mudah dilihat oleh calon pembeli.

Melakukan pendampingan kepada mitra dalam penempatan produk baru pada web agar ditempatkan pada tempat utama yang mudah terlihat calon pembeli, hal ini dapat membantu toko *online* tersebut dalam memberikan kesan positif dari toko ini akan *update* produk barunya. Pada bagian ini, Tim PKM membantu pemilik usaha untuk menata etalase tokonya agar terlihat 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. Pewarnaan pada kaca etalase juga harus diperhatikan agar terjadi *eye catching* bagi calon pembeli dari etalase toko ini. Etalase toko ini memamerkan produk dari beberapa tipe, 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 dalam menciptakan suasana toko (*store atmosphere*) yang nyaman. Hal ini bertujuan agar pembeli yang berada dalam toko memiliki keinginan membeli produk lain (selain produk yang diinginkan) ketika melihat *penyajian tersebut*. Gagasan dan pesan masuk ke dalam pikiran manusia akan membentuk persepsi melalui kata-kata, simbol dan visual lainnya. Tak terkecuali dengan desain website serta pengembangan di dalamnya. Website LT Shop dibuat dengan baik dan mampu menciptakan komunikasi dengan pengunjung. Perlu adanya tatanan bahasa yang baik serta tata letak yang efektif agar informasi yang diinginkan oleh pengguna dapat dengan mudah ditemukan.

*Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi S1 Manajemen Universitas Tarumanagara

**Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi S1 Manajemen Universitas Tarumanagara.

EVALUASI *DISPLAY* (TATA LETAK) PRODUK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO *ONLINE* LT-SHOP DI JAKARTA

Andi Wijaya, 0326097403, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara

Pendahuluan

Keberhasilan toko *online* salah satunya ditunjang oleh *layout website* dari toko *online* tersebut. *Layout website* ini sangat penting, karena dari tata letak *website* akan mempengaruhi pengguna *website*. Jika dalam toko *offline*, penataan 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), sehingga menciptakan suasana yang nyaman bagi karyawan dalam bekerja yang membuat karyawan bekerja sesuai dengan *Standar Operasional Prosedur* (SOP) yang sudah ditentukan (Pangestu dkk., 2017). Menurut Onuoha dan Doris (2017) dan Hadiatna (2018), tata letak merupakan desain dari pada interior toko untuk memberikan kemudahan pengunjung untuk dapat melihat semua barang secara maksimal.

Metode

Kegiatan ini dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan kepada pemilik usaha mengenai tata letak agar memudahkan pencarian produk oleh calon pembeli.

Hasil dan Pembahasan

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

1. Mengatur *display* (tata letak) produk berdasarkan kategori produk di web mitra. Dilakukan pendampingan kepada mitra untuk membuat kategori produk dengan memilih dan mengalokasikan produk sejenis dan mengelompokkan pada kategori produk tertentu.
2. Mengatur *display* produk pada web untuk menjaga agar pengunjung tetap berada di situs LT Shop. Dilakukan pendampingan kepada mitra untuk mengatur tata letak produk mitra dengan harapan dapat menjaga agar pengunjung tetap berada di situs LT Shop.
3. Menempatkan produk baru pada web pada tempat yang strategis yang mudah dilihat oleh calon pembeli. Dilakukan pendampingan kepada mitra dalam penempatan produk baru pada web agar ditempatkan pada tempat utama yang mudah terlihat calon pembeli, hal ini dapat membantu toko *online* tersebut dalam memberikan kesan positif dari toko ini akan *update* produk barunya.

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

Kesimpulan

1. Mitra merupakan toko *online* yang beralamat di Cengkareng Timur Jakarta Barat
2. Toko ini mengalami masalah berupa penurunan nilai penjualan akibat persaingan.
3. Mitra belum menggunakan tata letak yang baik sehingga calon pembeli banyak yang tidak puas dengan kondisi toko mitra.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah mendukung dan memwadhahi kegiatan ini.

Referensi

- Bruyne, E. De, & Beijer, M. (2015). Calculating NWO Office Space With The PACT Mode. *Journal of Corporate Real Estate*, 17(2), 122–133.
- 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.

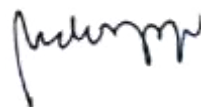
**RENCANA PENGGUNAAN BIAYA
(Rp)**

| Rencana Penggunaan Biaya | Jumlah |
|---------------------------------|----------------|
| Pelaksanaan Kegiatan | Rp 8.000.000,- |

**REKAPITULASI RENCANA PENGGUNAAN BIAYA
(Rp)**

| NO | POS ANGGARAN | TAHAP I (50 %) | TAHAP II (50 %) | JUMLAH |
|-----------|----------------------|---------------------------|----------------------------|----------------|
| 1 | Pelaksanaan Kegiatan | Rp 4.000.000,- | Rp 4.000.000,- | Rp 8.000.000,- |
| | Jumlah | Rp 4.000.000,- | Rp 4.000.000,- | Rp 8.000.000,- |

Jakarta, 11 september 2023
Pelaksana PKM



Andi Wijaya, SE., MM

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



**PELATIHAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN PADA TOKO
ONLINE LT-SHOP DI JAKARTA**

Disusun oleh

Ketua tim

Andi Wijaya, SE., MM
[10199023/0326097403]

Anggota Mahasiswa :

Jennie Jane [115210010]
Bellinda Budiman [115200242]

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2023**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

Semester Ganjil 2023/2024
Periode II Tahun 2023

1. Judul : Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Pada Toko *Online* LT-Shop di Jakarta
2. Nama mitra PKM : Toko *online* LT Shop
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) : 2 orang
 - b. Nama & NIM Mahasiswa 1 : Jennie Jane (115210010)
 - c. Nama & NIM Mahasiswa 2 : Bellinda Budiman (115200242)
 - d. Nama & NIM Mahasiswa 3 :
 - e. Nama & NIM Mahasiswa 4 :
5. Lokasi kegiatan mitra
 - a. Wilayah mitra : DKI Jakarta
 - b. Kabupaten/kota : Cengkareng
 - c. Provinsi : DKI Jakarta
6. Metode Pelaksanaan : Luring
7. Luaran yang dihasilkan : Serina
8. Jangka waktu pelaksanaan : Juli – Desember 2023
9. Pendanaan
 - a. Biaya yang disetujui LPPM : Rp 8.000.000,-

Jakarta, 11 Desember 2023

Menyetujui
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian
kepada Masyarakat

Ir. Jap Tji Beng, M.M.Si., M.Psi., Ph.D., P.E.,
M.ASCE
NIK: 10381047



Ketua Tim Pengusul

Andi Wijaya, SE., MM
10199023/ 032609740303

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|--|----|
| Ringkasan..... | 4 |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| a. Analisis situasi..... | 5 |
| b. Permasalahan mitra..... | 7 |
| BAB 2 TARGET DAN LUARAN | |
| a. Solusi permasalahan..... | 8 |
| b. Luaran..... | 9 |
| BAB 3 METODE PELAKSANAAN | |
| a. Solusi untuk mengatasi masalah..... | 10 |
| b. Model yang ditawarkan..... | 10 |
| c. Kepakaran dan Pembagian Tugas Tim | 11 |
| BAB 4 HASIL DAN LUARAN YANG INGIN DICAPAI | |
| a. Profil usaha..... | 13 |
| b. Membantu mitra untuk mengklasifikasi unsur penerimaan | 13 |
| c. Membantu mitra untuk mengklasifikasi unsur biaya | 14 |
| d. Membantu mitra untuk menyusun laporan laba rugi | 15 |
| e. Rencana tahapan selanjutnya..... | 16 |
| BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN | |
| a. Kesimpulan..... | 19 |
| b. Saran | 19 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 20 |
| LAMPIRAN | |
| 1. Luaran wajib | |
| 2. Luaran tambahan | |
| 3. Poster | |

RINGKASAN

Analisis dan interpretasi laporan keuangan adalah merupakan suatu proses untuk memecahkan dan sekaligus menjawab masalah-masalah yang timbul dalam suatu usaha. Analisis dan interpretasi bukan merupakan tujuan tetapi analisis dan interpretasi hanya merupakan suatu alat untuk membuat atau mengambil keputusan untuk mencapai tujuan tersebut. Laporan keuangan merupakan informasi yang mencerminkan kondisi keuangan suatu usaha serta sebagai gambaran kinerja keuangan. Oleh sebab itu, laporan keuangan dapat dikatakan menjadi suatu alat yang penting untuk tujuan memperoleh informasi, baik terkait dengan posisi keuangan suatu usaha, hingga pada hasil-hasil kinerja yang dicapai oleh usaha tersebut.

Program PKM ini berupa pelatihan pembuatan laporan laba rugi pada LT-Shop di Jakarta. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan masukan kepada usaha ini untuk memulai melakukan pencatatan terhadap aktivitasnya. Melalui pencatatan yang tepat maka pada akhirnya dapat merapikan keuangan toko ini. Universitas Tarumanagara sebagai kampus *entrepreneur* yang membantu penyediaan dana demi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Kata Kunci: penjualan, biaya, laporan keuangan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Setiap usaha baik itu skala besar maupun kecil akan memiliki perhatian yang besar terhadap kondisi keuangan dari usaha tersebut. Keputusan keuangan merupakan salah satu penentu keberhasilan maupun kegagalan dalam suatu usaha. Keputusan diambil dengan melihat kinerja keuangan, untuk menilai kinerja keuangan suatu usaha dapat kita dilihat melalui laporan keuangan. Laporan keuangan ini juga dapat menilai kondisi ekonomis perusahaan apakah dalam keadaan “sehat” atau tidak. Laporan keuangan perlu dilakukan analisis untuk mengetahui posisi dan kekuatan serta kelemahan yang selama beberapa periode. Laporan keuangan menurut PSAK 1 (2018) adalah penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Laporan keuangan adalah informasi yang merepresentasikan kondisi keuangan suatu perusahaan serta sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan. Laporan keuangan memberikan informasi yang bersifat baku, standard dan bertujuan untuk umum (*general purpose*).

Menurut Mayanti, et al. (2022), laporan keuangan tersebut terdiri dari laporan realisasi anggaran, neraca, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Menurut Pujanira dan Taman (2017), laporan keuangan yang berkualitas dapat memberikan manfaat dalam upaya mengambil kebijakan suatu di masa yang akan datang. Menurut Ihsanti (2014), laporan keuangan diharapkan memiliki tata kelola usaha yang baik. Menurut Wiranti (2021), kualitas laporan keuangan berguna sebagai dasar pengambilan keputusan bagi pihak yang berkepentingan. Kualitas laporan keuangan dengan berbagai pengukurannya, umumnya digunakan dalam keputusan investasi, perjanjian kompetensi dan persyaratan hutang. Menurut Nafarin (2012: 11) laporan keuangan merupakan rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif untuk jangka waktu tertentu dan umumnya

dinyatakan dalam satuan uang. Menurut Dito (2016), laporan keuangan merupakan laporan yang terstruktur mengenai posisi keuangan dan transaksi-transaksi yang dilakukan suatu toko, jadi laporan keuangan dapat dikatakan sebagai data juga dapat dikatakan sebagai informasi. Menurut Erawati dan Abdulhadi (2018), data dapat berubah menjadi informasi kalau diubah kedalam konteks yang memberikan makna. Menurut Gustina (2021), laporan keuangan adalah catatan atas informasi suatu entitas pada suatu periode akuntansi yang dapat digunakan untuk menggambarkan kinerja entitas tersebut.

Menganalisis laporan keuangan berarti menggali lebih banyak informasi yang dikandung suatu laporan keuangan. Laporan keuangan adalah media informasi yang merangkum semua aktivitas perusahaan. Jika informasi ini disajikan dengan benar maka informasi tersebut dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan. Analisis laporan keuangan merupakan suatu proses untuk memecahkan dan sekaligus menjawab masalah yang muncul dalam suatu usaha dengan tujuan memperoleh laba.

LT-Shop merupakan toko *online* dalam skala kecil di wilayah Jakarta Barat, toko ini tidak pernah membuat laporan keuangan dan juga tidak pernah melakukan proses pencatatan dari seluruh transaksi penjualan maupun biaya. Pada akhirnya, toko ini mengalami kesulitan ketika akan melakukan proses pelaporan pajak.

Tujuan kegiatan PKM ini memberikan masukan bagi toko ini untuk membuat laporan keuangan yang baik. Dengan pembuatan laporan ini diharapkan permasalahan dapat diatasi dan tercipta perencanaan yang baik. Kemampuan pembuatan laporan laba rugi ini sesuai dengan harapan dari Universitas Tarumanagara yang membantu masyarakat dalam membentuk jiwa wirausaha melalui efisiensi dan efektivitas yang sesuai dengan *tagline entrepreneurship*.

1.2. Permasalahan Mitra

Laporan keuangan disusun memiliki tujuan untuk menyediakan informasi keuangan mengenai suatu perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan sebagai pertimbangan dalam pembuatan keputusan ekonomi. Proses penyusunan laporan keuangan ini merupakan salah satu bagian terpenting dalam perencanaan bisnis. Laporan keuangan disusun dalam jangka waktu tertentu yang akan membawa toko ke kondisi tertentu. Selain digunakan untuk perencanaan kerja perusahaan, laporan keuangan ini juga digunakan untuk koordinasi dan evaluasi kerja bagi pemilik usaha. Laporan keuangan ini juga merupakan pedoman kerja yang khususnya memberikan manfaat bagi pemilik untuk meningkatkan kinerja dan motivasi dalam mencapai tujuannya.

Mengingat begitu pentingnya laporan keuangan bagi toko ini, maka perlu dilakukan penyajian laporan keuangan bagi toko ini. Permasalahan dari toko ini adalah sulit mengetahui besarnya keuntungan bersih toko, hal ini dikarenakan toko tidak melakukan pencatatan dari seluruh aktivitas kegiatannya. Tidak adanya penyusunan laporan keuangan bagi toko ini merupakan penyebab utamanya, karena dengan penyusunan laporan keuangan yang baik dapat mengetahui besarnya penerimaan, biaya, serta keuntungan toko.

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

2.1 Solusi Permasalahan

Solusi yang ditawarkan untuk permasalahan mitra adalah membuat laporan keuangan dalam bentuk laporan laba-rugi. Solusi ini diharapkan menjawab permasalahan mitra yang menyangkut kesulitan mengetahui kondisi keuangan perusahaan, yang meliputi besarnya penjualan, biaya, dan keuntungan. Tahapan yang dilakukan untuk solusi permasalahan ini adalah:

A. Mengklasifikasikan komponen laporan keuangan dan laporan laba rugi

Pada bagian ini dilakukan penjelasan mengenai unsur-unsur atau komponen laporan keuangan dan laporan laba rugi agar mitra dapat mengetahui unsur-unsur apa saja yang berkaitan dengan laporan tersebut. Pada bagian ini dijelaskan kepada mitra mengenai komponen laporan keuangan yang meliputi laporan laba rugi, neraca, dan arus kas. pencatatan dan melakukan klasifikasi dari seluruh unsur penerimaan yang ada. Penerimaan toko berasal dari penjualan produk toko ke konsumen. Penjualan dapat dilakukan secara tunai maupun kredit. Pada penjualan kredit terdapat piutang yang ditagih oleh toko kepada pembeli, sedangkan penjualan tunai pemilik toko menerima uang secara langsung.

B. Mengklasifikasi komponen laporan laba rugi

Pada bagian ini dilakukan penjelasan kepada mitra tentang klasifikasi komponen dari laporan laba rugi, yang meliputi unsur penerimaan, biaya, maupun keuntungan sehingga mitra mengetahui keseluruhan komponen yang melekat pada laporan laba rugi tersebut. Penerimaan toko tentunya berasal dari penjualan produk. Penjualan ini dapat dilakukan secara tunai maupun kredit. Unsur pengeluaran ini merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan pemilik toko. Selanjutnya dilakukan pengelompokkan

penerimaan dan pengeluaran ini digunakan sebagai dasar penentuan besarnya laba toko ini.

C. Membuat laporan keuangan dalam bentuk laporan laba rugi

Pada bagian ini tim PKM melakukan pembimbingan kepada mitra dalam membuat laporan laba rugi, dimulai dari pengelompokan unsur penerimaan, biaya, dan pada akhirnya diketahui besarnya keuntungan mitra. Setelah dilakukan pengelompokan pada penerimaan dan pengeluaran pada langkah awal, maka tahap selanjutnya dilakukan pembuatan laporan keuangan dalam bentuk laporan laba rugi. Laporan laba rugi ini dibuat dengan melibatkan unsur penerimaan dan pengeluaran, yaitu dengan mengurangi seluruh unsur penerimaan dengan seluruh unsur biaya.

2.2. Luaran Kegiatan PKM

Target pengabdian kepada masyarakat/luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah terciptanya laporan keuangan dalam bentuk laporan laba rugi bagi toko ini dan luaran lainnya berupa artikel yang sekiranya dapat bermanfaat bagi masyarakat. Target pengabdian kepada masyarakat/luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah agar usaha ini dapat mengidentifikasi unsur penerimaan, biaya, serta mampu menetapkan laporan laba rugi yang baik. Luaran wajib berupa artikel yang akan dipublikasikan dalam *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 tahapan pelaksanaan yang dapat dilakukan pada toko ini untuk penyusunan laporan keuangan adalah:

A. Mencatat aspek penerimaan toko

Pada bagian ini dilakukan pencatatan dan melakukan klasifikasi dari seluruh unsur penerimaan yang ada. Penerimaan toko berasal dari penjualan produk toko ke konsumen. Penjualan dapat dilakukan secara tunai maupun kredit. Pada penjualan kredit terdapat piutang yang ditagih oleh toko kepada pembeli, sedangkan penjualan tunai pemilik toko menerima uang secara langsung.

B. Mencatat aspek pengeluaran toko

Pada bagian ini dilakukan pencatatan dan klasifikasi terhadap unsur pengeluaran/biaya dari toko. Unsur pengeluaran yang dimaksud meliputi harga pokok penjualan (HPP), biaya gaji karyawan, biaya overhead (biaya internet, sewa toko, listrik, air, dan lain-lain). Unsur pengeluaran ini merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan pemilik toko. Selanjutnya dilakukan pengelompokkan pengeluaran ini digunakan sebagai dasar penentuan besarnya laba toko ini.

C. Membuat laporan keuangan dalam bentuk laporan laba rugi

Setelah dilakukan pengelompokkan pada penerimaan dan pengeluaran pada langkah awal, maka tahap selanjutnya dilakukan pembuatan laporan keuangan dalam bentuk laporan laba rugi. Laporan laba rugi ini dibuat dengan melibatkan unsur penerimaan dan pengeluaran, yaitu dengan mengurangi seluruh unsur penerimaan dengan seluruh unsur biaya. Jika hasil pengurangan tersebut bernilai positif berarti toko mendapatkan keuntungan, namun jika bernilai negatif berarti toko mengalami kerugian. Hasil akhir ini digunakan sebagai dasar pelaporan pajak toko.

3.2. Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM

Partisipasi yang dapat diberikan oleh mitra adalah memberikan masukan kepada toko LT-Shop ini untuk membuat laporan laba rugi agar toko LT-Shop dapat membuat pencatatan yang optimal dan laporan keuangan tersaji dengan baik. Laporan keuangan ini dapat digunakan untuk mengetahui besarnya penjualan, biaya, dan keuntungan, yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai bagian untuk pelaporan pajak toko.

3.3. 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 pelatihan pembuatan laporan keuangan pada toko LT-Shop di Jakarta.

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 | Jennie Jane | Anggota tim |
| 3 | Bellinda Budiman | Anggota tim |

Pemilihan personil di atas disesuaikan dengan target output yang akan dicapai melalui program ini, yaitu: terciptanya laporan keuangan yang tepat. Ketua tim melakukan koordinasi terhadap anggota tim untuk melakukan pekerjaannya sesuai dengan apa yang telah diarahkan. Proses pengumpulan data dilakukan oleh ketua tim observasi atau pengamatan dan melalui survey langsung ke pemilik usaha selanjutnya dengan membuat rekapan hasil tersebut untuk pembuatan laporan laba rugi toko ini.

BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

4.1. Profil Usaha

| | |
|--------------|--------------------|
| Nama | : LT Shop. |
| Bidang usaha | : Toko online |
| Kecamatan | : Cengkareng Timur |
| Propinsi | : DKI Jakarta |

LT Shop merupakan sebuah UMKM yang bergerak pada usaha dagang. Usaha ini dirintis oleh Alfred Pratama dengan tujuan memenuhi kebutuhan bagi masyarakat. Usaha ini menyediakan berbagai macam perlengkapan yang pada umumnya di gunakan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Usaha dagang yang berkualitas dapat dilihat dari tampilan (display) dari usaha ini di *marketplace*. Usaha ini melayani konsumen mulai pukul 08.00 sampai dengan 17.00 dalam operasionalnya. LT Shop menjual produk tertentu secara *online* yang berusaha menyajikan foto produk untuk menjadi daya tarik bagi penjualan produk. Foto produk yang ditampilkan dari beberapa sisi untuk memperlihatkan secara detail produk secara optimal. Deskripsi produk juga disajikan untuk membuat konsumen yakin dengan produk pada toko online, hal itu terjadi karena konsumen tidak akan mencari lagi informasi untuk produk yang toko jual. Beberapa konsumen tentunya akan membandingkan harga dari produk ke produk lainnya, LT Shop menetapkan harga produk yang tepat, dalam arti LT Shop berusaha menetapkan harga produk yang tidak menjatuhkan harga pasar.

A. Membantu mitra untuk mengklasifikasi unsur penerimaan

Pendapatan merupakan sejumlah uang yang diterima dari sejumlah barang yang dijual ke konsumen. Pendapatan akan diakui saat muncul pembayaran yang diterima ataupun masih harus diterima baik pada periode sekarang atau periode selanjutnya. Selain itu, ketika mitra sudah memberikan barang atau jasa kepada pelanggan, pendapatan akan diterima. Saat barang atau jasa sudah diberikan

namun pembayaran belum diterima oleh pelanggan maka hal ini dapat diakui pendapatan tersebut sebagai piutang. Sedangkan saat menerima pendapatan sebelum mitra memberikan barang atau pelanggan, penghasilan tersebut harus diakui sebagai pendapatan diterima di muka. Nilai pendapatan bersih diperoleh dari total pendapatan yang telah dikurangi potongan harga atau diskon, retur, dan tunjangan lainnya. Berikut ini unsur yang terkandung dalam penerimaan, arti positif berarti dapat menambah keuntungan bagi perusahaan begitu pula arti negatif yang berarti dapat menurunkan keuntungan perusahaan.

| Unsur | Keterangan |
|-----------------|-------------------|
| Penjualan | Positif |
| Retur | Negatif |
| Diskon | Negatif |
| Pendapatan lain | Postif |

B. Membantu mitra untuk mengklasifikasi unsur biaya

Pada bagian ini dilakukan pendampingan dalam hal menghitung besarnya beban/biaya. Beban yang dimaksud disini adalah beban yang terjadi secara rutin dan jumlahnya mampu diperkirakan saat awal periode. Contohnya yaitu beban pokok penjualan (HPP), beban gaji, beban penyusutan, beban penghapusan penyisihan piutang dan sebagainya.

Berikut ini unsur yang terkandung dalam biaya, biaya yang terkandung disini adalah negatif maksudnya seluruh biaya merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh mitra yang berkaitan dengan usahanya.

| Unsur | Keterangan |
|-----------------------|-------------------|
| Harga Pokok Penjualan | Negatif |
| Biaya penyusutan | Negatif |
| Gaji pegawai | Negatif |
| Listrik | Negatif |
| Perlengkapan kantor | Negatif |
| Telepon dan internet | Negatif |

| | |
|-------------------------|---------|
| Biaya tak terduga | Negatif |
| Transportasi dan bensin | Negatif |
| Biaya lain-lain | Negatif |

C. Membantu mitra untuk menyusun laporan laba rugi

Pada bagian ini dilakukan pendampingan untuk menjelaskan kepada mitra tentang konsep laporan laba rugi. Laporan laba rugi berisi perkiraan pendapatan (penghasilan) dan beban dari usaha ini. Pendapatan merupakan penghasilan yang diperoleh atas kegiatan operasional. Laporan laba rugi bisa dibuat dalam periode satu bulan, satu tahun, atau berdasarkan konsep perbandingan (*matching concept*) yang disebut juga konsep pengaitan atau pepadanan, antara pendapatan dan beban yang terkait. Unsur-unsur dalam laporan tersebut meliputi pendapatan (*revenue*), beban (*expense*), laba (*profit*), dan rugi (*loss*).

1. Pendapatan (*revenue*)

Nilai pendapatan diperoleh dari total pendapatan kotor yang telah dikurangi potongan harga atau diskon, retur, dan tunjangan lainnya.

2. Beban (*expenses*)

Unsur ini merupakan arus keluar atau pemakaian aktiva akan memunculkan utang dalam suatu periode tertentu dikarenakan pengiriman ataupun produksi barang. Beban yang dimaksud disini adalah beban yang terjadi secara rutin, seperti beban pokok penjualan (HPP), beban gaji, beban penyusutan, beban penghapusan penyisihan piutang dan sebagainya.

3. Keuntungan (*profit*) atau kerugian (*loss*)

Unsur laporan laba rugi pada bagian keuntungan mengindikasikan besarnya penerimaan lebih besar daripada biaya. Begitu pula sebaliknya jika besarnya penerimaan lebih kecil dari biaya maka mitra mengalami kerugian (*loss*)

Berikut ini adalah format laporan laba rugi dan unsur yang terkandung didalamnya, laporan ini terdiri dari penerimaan, harga pokok penjualan, laba kotor, biaya-biaya, laba bersih.

| Unsur | Rupiah | Total |
|---------------------------|---------------|--------------|
| Penjualan | xxx | |
| -/- Diskon | xxx | |
| -/- Retur | xxx | |
| ++ Pendapatan lain | xxx | |
| Total pendapatan | | xxx |
| -/- Harga Pokok Penjualan | | xxx |
| Laba Kotor | | xxx |
| -/- Gaji pegawai | xxx | |
| -/- Listrik | xxx | |
| -/- Telepon dan internet | xxx | |
| -/-Perlengkapan kantor | xxx | |
| Biaya penyusutan | xxx | |
| Transportasi dan bensin | xxx | |
| Biaya tak terduga | xxx | |
| Biaya lain-lain | xxx | |
| Total Biaya | | xxx |
| -/- Bunga Bank | xxx | |
| -/- Pajak | xxx | |
| Laba Bersih | | xxx |

4.2.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, malinkan 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

5.1. Kesimpulan

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

- a. Mitra merupakan toko online yang beralamat di Cengkareng Timur Jakarta Barat
- b. Mitra belum menggunakan pencatatan yang baik untuk semua transaksi yang terjadi.
- c. Toko ini mengalami kendala dalam mengetahui besarnya penerimaan, biaya, dan keuntungan.

5.2. Saran

1. Mitra sebaiknya membuat pembukuan secara sederhana agar dapat mengetahui kondisi keuangan mitra sehingga dapat diketahui kondisi keuangan mitra.
2. Mitra sebaiknya melakukan pencatatan secara rapi dan teratur dari kas masuk dan keluar agar dapat mengetahui besarnya laba/rugi usaha ini

DAFTAR PUSTAKA

- Dito Rinaldo (2016), Perencanaan dan Pengendalian Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Komunitas Studepreneur STIE Ekuitas, Jurnal Dharma Bhakti STIE Ekuitas Vol. 01 No. 01.
- Erawati,T. &Abdulhadi, M. F. (2018). Pengaruh Pemahaman Sistem Akuntansi Keuangan Daerah, Kapasitas Sumber Daya Manusia Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Informasi Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Akmenika.
- Gustina,I. (2021). Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Sistem Pengendalian Internal Pemerintah Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten Indragiri Hilir.Jurnal Akademi Akuntansi
- Ihsanti, E. (2014). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Penerapan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Daerah(Studi Empiris Pada SKPD Kabupaten Lima Puluh Kota). Jurnal Akuntansi.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. PSAK (2018) Tentang Laporan Keuangan. dewan Standar Akuntansi Keuangan
- Mayanti, I.P., Sukraini, J., Defitri, S.Y. (2022). Pengaruh Penerapan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Empiris Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Tanah Datar). Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol. 2 No. 3 Hal. 261-280
- M. Nafarin. (2012). Penganggaran Perusahaan. Jakarta: Salemba Empat
- Pujanira, P. & Taman, A. (2017). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan, dan Penerepan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Provinsi DIY.Jurnal Akuntansi Dan Keuangan
- Wiranti, P. W. (2021) Pengaruh Penerapan Sistem Akuntansi Keuangan, teknologi informasi dan sistem pengendalian Intern Terhadap Kualitas Laporan Keuangan.Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi

LAMPIRAN 1:

PELATIHAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN PADA TOKO ONLINE LT-SHOP DI JAKARTA

Andi Wijaya¹, Jennie Jane², Bellinda Budiman³

¹Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: andiw@fe.untar.ac.id

³Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: jennie.115210010@stu.untar.ac.id

³Jurusan Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: bellinda.115120242@stu.untar.ac.id

Abstrak

Analisis dan interpretasi laporan keuangan adalah merupakan suatu proses untuk memecahkan dan sekaligus menjawab masalah-masalah yang timbul dalam suatu usaha. Analisis dan interpretasi bukan merupakan tujuan tetapi analisis dan interpretasi hanya merupakan suatu alat untuk membuat atau mengambil keputusan untuk mencapai tujuan tersebut. Laporan keuangan merupakan informasi yang mencerminkan kondisi keuangan suatu usaha serta sebagai gambaran kinerja keuangan. Oleh sebab itu, laporan keuangan dapat dikatakan menjadi suatu alat yang penting untuk tujuan memperoleh informasi, baik terkait dengan posisi keuangan suatu usaha, hingga pada hasil-hasil kinerja yang dicapai oleh usaha tersebut. Program PKM ini berupa pelatihan pembuatan laporan laba rugi pada LT-Shop di Jakarta. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan masukan kepada usaha ini untuk memulai melakukan pencatatan terhadap aktivitasnya. Melalui pencatatan yang tepat maka pada akhirnya dapat merapikan keuangan toko ini. Universitas Tarumanagara sebagai kampus *entrepreneur* yang membantu penyediaan dana demi terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Kata Kunci: penjualan, biaya, laporan keuangan

Abstract

Analysis and interpretation of financial reports is a process for solving and at the same time answering problems that arise in a business. Analysis and interpretation are not goals, but analysis and interpretation are only tools for making or taking decisions to achieve these goals. Financial reports are information that reflects the financial condition of a business as well as an illustration of financial performance. Therefore, financial reports can be said to be an important tool for the purpose of obtaining information, both related to the financial position of a business, to the performance results achieved by the business. This PKM program takes the form of training in making profit and loss reports at LT-Shop in Jakarta. The aim of this community service activity is to provide input for this business to start recording its activities. Through proper recording, you can ultimately tidy up the shop's finances. Tarumanagara University as an entrepreneurial campus helps provide funds to carry out these community service activities.

Keywords: sales, costs, financial reports

A. Pendahuluan

Setiap usaha baik itu skala besar maupun kecil akan memiliki perhatian yang besar terhadap kondisi keuangan dari usaha tersebut. Keputusan keuangan merupakan salah satu penentu keberhasilan maupun kegagalan dalam suatu

usaha. Keputusan diambil dengan melihat kinerja keuangan, untuk menilai kinerja keuangan suatu usaha dapat kita dilihat melalui laporan keuangan. Laporan keuangan ini juga dapat menilai kondisi ekonomis perusahaan apakah dalam keadaan “sehat” atau tidak. Laporan keuangan perlu dilakukan analisis untuk mengetahui posisi dan kekuatan serta kelemahan yang selama beberapa periode.

Laporan keuangan menurut PSAK 1 (2018) adalah penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Laporan keuangan adalah informasi yang merepresentasikan kondisi keuangan suatu perusahaan serta sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan. Laporan keuangan memberikan informasi yang bersifat baku, standard dan bertujuan untuk umum (*general purpose*). Menurut Mayanti et.al. (2022), laporan keuangan tersebut terdiri dari laporan realisasi anggaran, neraca, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Menurut Pujanira dan Taman (2017), laporan keuangan yang berkualitas dapat memberikan manfaat dalam upaya mengambil kebijakan suatu di masa yang akan datang.

Menurut Ihsanti (2014), laporan keuangan diharapkan memiliki tata kelola usaha yang baik. Menurut Wiranti (2021), kualitas laporan keuangan berguna sebagai dasar pengambilan keputusan bagi pihak yang berkepentingan. Kualitas laporan keuangan dengan berbagai pengukurannya, umumnya digunakan dalam keputusan investasi, perjanjian kompetensi dan persyaratan hutang. Menurut Nafarin (2012: 11) laporan keuangan merupakan rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif untuk jangka waktu tertentu dan umumnya dinyatakan dalam satuan uang. Menurut Dito (2016), laporan keuangan merupakan laporan yang terstruktur mengenai posisi keuangan dan transaksi-transaksi yang dilakukan suatu toko, jadi laporan keuangan dapat dikatakan sebagai data juga dapat dikatakan sebagai informasi. Menurut Erawati dan Abdulhadi (2018), data dapat berubah menjadi informasi kalau diubah kedalam konteks yang memberikan makna. Menurut Gustina (2021), laporan keuangan adalah catatan atas informasi suatu entitas pada suatu periode akuntansi yang dapat digunakan untuk menggambarkan kinerja entitas tersebut.

Menganalisis laporan keuangan berarti menggali lebih banyak informasi yang dikandung suatu laporan keuangan. Laporan keuangan adalah media informasi yang merangkum semua aktivitas perusahaan. Jika informasi ini disajikan dengan benar maka informasi tersebut dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan. Analisis laporan keuangan merupakan suatu proses untuk memecahkan dan sekaligus menjawab masalah yang muncul dalam suatu usaha dengan tujuan memperoleh laba.

LT-Shop merupakan toko *online* dalam skala kecil di wilayah Jakarta Barat, toko ini tidak pernah membuat laporan keuangan dan juga tidak pernah melakukan proses pencatatan dari seluruh transaksi penjualan maupun biaya. Pada akhirnya, toko ini mengalami kesulitan ketika akan melakukan proses pelaporan pajak.

Tujuan kegiatan PKM ini memberikan masukan bagi toko ini untuk membuat laporan keuangan yang baik. Dengan pembuatan laporan ini diharapkan permasalahan dapat diatasi dan tercipta perencanaan yang baik. Kemampuan pembuatan laporan laba rugi ini sesuai dengan harapan dari Universitas Tarumanagara yang membantu masyarakat dalam membentuk jiwa wirausaha melalui efisiensi dan efektivitas yang sesuai dengan *tagline entrepreneurship*.

B. Metode Pelaksanaan PKM

Solusi yang ditawarkan untuk permasalahan mitra adalah membuat laporan keuangan dalam bentuk laporan laba-rugi. Solusi ini diharapkan menjawab permasalahan mitra yang menyangkut kesulitan mengetahui kondisi keuangan perusahaan, yang meliputi besarnya penjualan, biaya, dan keuntungan. Tahapan yang dilakukan untuk solusi permasalahan ini adalah:

1. Mengklasifikasikan komponen laporan keuangan dan laporan laba rugi.
Pada bagian ini dilakukan penjelasan mengenai unsur-unsur atau komponen laporan keuangan dan laporan laba rugi agar mitra dapat mengetahui unsur-unsur apa saja yang berkaitan dengan laporan tersebut. Pada bagian ini dijelaskan kepada mitra mengenai komponen laporan keuangan yang meliputi laporan laba rugi, neraca, dan arus kas. pencatatan dan melakukan klasifikasi dari seluruh unsur penerimaan yang ada. Penerimaan toko berasal dari penjualan produk toko ke konsumen. Penjualan dapat dilakukan secara tunai maupun kredit. Pada penjualan kredit terdapat piutang yang ditagih oleh toko kepada pembeli, sedangkan penjualan tunai pemilik toko menerima uang secara langsung.
2. Mengklasifikasi komponen laporan laba rugi
Pada bagian ini dilakukan penjelasan kepada mitra tentang klasifikasi komponen dari laporan laba rugi, yang meliputi unsur penerimaan, biaya, maupun keuntungan sehingga mitra mengetahui keseluruhan komponen yang melekat pada laporan laba rugi tersebut. Penerimaan toko tentunya berasal dari penjualan produk. Penjualan ini dapat dilakukan secara tunai maupun kredit. Unsur pengeluaran ini merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan pemilik toko. Selanjutnya dilakukan pengelompokkan penerimaan dan pengeluaran ini digunakan sebagai dasar penentuan besarnya laba toko ini.
3. Membuat laporan keuangan dalam bentuk laporan laba rugi
Pada bagian ini tim PKM melakukan pembimbingan kepada mitra dalam membuat laporan laba rugi, dimulai dari pengelompokkan unsur penerimaan, biaya, dan pada akhirnya diketahui besarnya keuntungan mitra. Setelah dilakukan pengelompokkan pada penerimaan dan pengeluaran pada langkah awal, maka tahap selanjutnya dilakukan pembuatan laporan keuangan dalam bentuk laporan laba rugi. Laporan laba rugi ini dibuat dengan melibatkan unsur penerimaan dan pengeluaran, yaitu dengan mengurangi seluruh unsur penerimaan dengan seluruh unsur biaya.

C. Hasil dan Luaran yang Dicapai

Profil Usaha

Nama : LT Shop.
Bidang usaha : Toko online
Kecamatan : Cengkareng Timur
Propinsi : DKI Jakarta

LT Shop merupakan sebuah UMKM yang bergerak pada usaha dagang. Usaha ini dirintis oleh Alfred Pratama dengan tujuan memenuhi kebutuhan bagi masyarakat. Usaha ini menyediakan berbagai macam perlengkapan yang pada umumnya di gunakan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Usaha dagang yang berkualitas dapat dilihat dari tampilan (display) dari usaha ini di *marketplace*. Usaha ini melayani konsumen mulai pukul 08.00 sampai dengan 17.00 dalam operasionalnya. LT Shop menjual produk tertentu secara *online* yang berusaha menyajikan foto produk untuk menjadi daya tarik bagi penjualan produk. Foto produk yang ditampilkan dari beberapa sisi untuk memperlihatkan secara detail produk secara optimal. Deskripsi produk juga disajikan untuk membuat konsumen yakin dengan produk pada toko online, hal itu terjadi karena konsumen tidak akan mencari lagi informasi untuk produk yang toko jual. Beberapa konsumen tentunya akan membandingkan harga dari produk ke produk lainnya, LT Shop menetapkan harga produk yang tepat, dalam arti LT Shop berusaha menetapkan harga produk yang tidak menjatuhkan harga pasar.

Membantu mitra untuk mengklasifikasi unsur penerimaan

Pendapatan merupakan sejumlah uang yang diterima dari sejumlah barang yang dijual ke konsumen. Pendapatan akan diakui saat muncul pembayaran yang diterima ataupun masih harus diterima baik pada periode sekarang atau periode selanjutnya. Selain itu, ketika mitra sudah memberikan barang atau jasa kepada pelanggan, pendapatan akan diterima. Saat barang atau jasa sudah diberikan namun pembayaran belum diterima oleh pelanggan maka hal ini dapat diakui pendapatan tersebut sebagai piutang. Sedangkan saat menerima pendapatan sebelum mitra memberikan barang atau pelanggan, penghasilan tersebut harus diakui sebagai pendapatan diterima di muka. Nilai pendapatan bersih diperoleh dari total pendapatan yang telah dikurangi potongan harga atau diskon, retur, dan tunjangan lainnya. Berikut ini unsur yang terkandung dalam penerimaan, arti positif berarti dapat menambah keuntungan bagi perusahaan begitu pula arti negatif yang berarti dapat menurunkan keuntungan perusahaan.

| Unsur | Keterangan |
|-----------------|------------|
| Penjualan | Positif |
| Retur | Negatif |
| Diskon | Negatif |
| Pendapatan lain | Postif |

Membantu mitra untuk mengklasifikasi unsur biaya

Pada bagian ini dilakukan pendampingan dalam hal menghitung besarnya beban/biaya. Beban yang dimaksud disini adalah beban yang terjadi secara rutin dan jumlahnya mampu diperkirakan saat awal periode. Contohnya yaitu beban pokok penjualan (HPP), beban gaji, beban penyusutan, beban penghapusan penyisihan piutang dan sebagainya.

Berikut ini unsur yang terkandung dalam biaya, biaya yang terkandung disini adalah negatif maksudnya seluruh biaya merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh mitra yang berkaitan dengan usahanya.

| Unsur | Keterangan |
|-------------------------|------------|
| Harga Pokok Penjualan | Negatif |
| Biaya penyusutan | Negatif |
| Gaji pegawai | Negatif |
| Listrik | Negatif |
| Perlengkapan kantor | Negatif |
| Telepon dan internet | Negatif |
| Biaya tak terduga | Negatif |
| Transportasi dan bensin | Negatif |
| Biaya lain-lain | Negatif |

Membantu mitra untuk menyusun laporan laba rugi

Pada bagian ini dilakukan pendampingan untuk menjelaskan kepada mitra tentang konsep laporan laba rugi. Laporan laba rugi berisi perkiraan pendapatan (penghasilan) dan beban dari usaha ini. Pendapatan merupakan penghasilan yang diperoleh atas kegiatan operasional. Laporan laba rugi bisa dibuat dalam periode satu bulan, satu tahun, atau berdasarkan konsep perbandingan (*matching concept*) yang disebut juga konsep pengaitan atau pepadanan, antara pendapatan dan beban yang terkait. Unsur-unsur dalam laporan tersebut meliputi pendapatan (*revenue*), beban (*expense*), laba (*profit*), dan rugi (*loss*).

1. Pendapatan (*revenue*)

Nilai pendapatan diperoleh dari total pendapatan kotor yang telah dikurangi potongan harga atau diskon, retur, dan tunjangan lainnya.

2. Beban (*expenses*)

Unsur ini merupakan arus keluar atau pemakaian aktiva akan memunculkan utang dalam suatu periode tertentu dikarenakan pengiriman ataupun produksi barang. Beban yang dimaksud disini adalah beban yang terjadi secara rutin, seperti beban pokok penjualan (HPP), beban gaji, beban penyusutan, beban penghapusan penyisihan piutang dan sebagainya.

3. Keuntungan (*profit*) atau kerugian (*loss*)

Unsur laporan laba rugi pada bagian keuntungan mengindikasikan besarnya penerimaan lebih besar daripada biaya. Begitu pula sebaliknya jika besarnya penerimaan lebih kecil dari biaya maka mitra mengalami kerugian (*loss*)

D. Kesimpulan Dan Saran

1. Kesimpulan

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

- a. Mitra merupakan toko online yang beralamat di Cengkareng Timur Jakarta Barat
- b. Mitra belum menggunakan pencatatan yang baik untuk semua transaksi yang terjadi sehingga mitra mengalami kendala dalam mengetahui besarnya penerimaan, biaya, dan keuntungan.
- c. Tim PKM membantu mitra untuk menyusun laporan keuangan yang dimulai dari laporan laba rugi dengan mengelompokkan unsur penerimaan dan biaya secara terpisah.
- d. Penyusunan laporan keuangan ini mampu memecahkan permasalahan mitra ketika akan melakukan proses pelaporan pajak, karena seluruh data keuangan telah disusun dengan baik dan benar.

2. Saran

- a. Mitra sebaiknya membuat pembukuan secara sederhana agar dapat mengetahui kondisi keuangan mitra sehingga dapat diketahui kondisi keuangan mitra.
- b. Mitra sebaiknya melakukan pencatatan secara rapi dan teratur dari kas masuk dan keluar agar dapat mengetahui besarnya laba/rugi usaha ini yang pada akhirnya memudahkan mitra dalam melakukan pelaporan pajak.

Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah mendukung dan memwadahi kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dito Rinaldo (2016), Perencanaan dan Pengendalian Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Komunitas Studepreneur STIE Ekuitas, Jurnal Dharma Bhakti STIE Ekuitas Vol. 01 No. 01 Hal. 42-48.
- Erawati,T. & Abdulhadi, M. F. (2018). Pengaruh Pemahaman Sistem Akuntansi Keuangan Daerah, Kapasitas Sumber Daya Manusia Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Informasi Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Akmenika, Volume 15 No. 1 Hal. 67-78.
- Gustina, I. (2021). Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Sistem Pengendalian Internal Pemerintah Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten Indragiri Hilir.Jurnal Akademi Akuntansi Vol. 1 No. 2 Hal. 78-91
- Ihsanti, E. (2014). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Penerapan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Daerah (Studi Empiris Pada SKPD Kabupaten Lima Puluh Kota). Jurnal Akuntansi Vol. 2 No. 2 Hal 3-20.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. PSAK (2018) Tentang Laporan Keuangan. dewan Standar Akuntansi Keuangan
- Mayanti, I.P., Sukraini, J., Defitri, S.Y. (2022). Pengaruh Penerapan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Empiris Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Tanah Datar). Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol. 2 No. 3 Hal. 261-280
- M. Nafarin. (2012). Penganggaran Perusahaan. Jakarta: Salemba Empat
- Pujanira, P. & Taman, A. (2017). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan, dan Penerepan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Provinsi DIY. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Vol. 6 No. 2 Hal. 14-28.
- Wiranti, P. W. (2021) Pengaruh Penerapan Sistem Akuntansi Keuangan, teknologi informasi dan sistem pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol. 10 no. 5 Hal. 1-21.

LAMPIRAN 2:

PELATIHAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN PADA TOKO ONLINE LT-SHOP DI JAKARTA

Andi Wijaya*, Jennie Jane (115210010)**, Bellinda Budiman (115200242)**

Setiap usaha baik itu skala besar maupun kecil akan memiliki perhatian yang besar terhadap kondisi keuangan dari usaha tersebut. Keputusan keuangan merupakan salah satu penentu keberhasilan maupun kegagalan dalam suatu usaha. Keputusan diambil dengan melihat kinerja keuangan, untuk menilai kinerja keuangan suatu usaha dapat kita dilihat melalui laporan keuangan. Laporan keuangan ini juga dapat menilai kondisi ekonomis perusahaan apakah dalam keadaan “sehat” atau tidak. Laporan keuangan perlu dilakukan analisis untuk mengetahui posisi dan kekuatan serta kelemahan yang selama beberapa periode. Laporan keuangan menurut PSAK 1 (2018) adalah penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Laporan keuangan adalah informasi yang merepresentasikan kondisi keuangan suatu perusahaan serta sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan. Laporan keuangan memberikan informasi yang bersifat baku, standard dan bertujuan untuk umum (*general purpose*). Menurut Chabibah (2019), laporan keuangan tersebut terdiri dari laporan realisasi anggaran, neraca, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Menurut Pujanira dan Taman (2017), laporan keuangan yang berkualitas dapat memberikan manfaat dalam upaya mengambil kebijakan suatu di masa yang akan datang. Menurut Ihsanti (2014), laporan keuangan diharapkan memiliki tata kelola usaha yang baik. Menurut Wiranti (2021), kualitas laporan keuangan berguna sebagai dasar pengambilan keputusan bagi pihak yang berkepentingan. Kualitas laporan keuangan dengan berbagai pengukurannya, umumnya digunakan dalam keputusan investasi, perjanjian kompetensi dan persyaratan hutang. Menurut Nafarin (2012: 11) laporan keuangan merupakan rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif untuk jangka waktu tertentu dan umumnya dinyatakan dalam satuan uang. Menurut Dito (2016), laporan keuangan merupakan laporan yang terstruktur mengenai posisi keuangan dan transaksi-transaksi yang dilakukan suatu toko, jadi laporan keuangan dapat dikatakan sebagai data juga dapat dikatakan sebagai informasi. Menurut Erawati dan Abdulhadi (2018), data dapat berubah menjadi informasi kalau diubah kedalam konteks yang memberikan makna. Menurut Gustina (2021), laporan keuangan adalah catatan atas informasi suatu entitas pada suatu periode akuntansi yang dapat digunakan untuk menggambarkan kinerja entitas tersebut. Menganalisis laporan keuangan berarti menggali lebih banyak informasi yang dikandung suatu laporan keuangan. Laporan keuangan adalah media informasi yang merangkum semua aktivitas perusahaan. Jika informasi ini disajikan dengan benar maka informasi tersebut dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan. Analisis laporan keuangan merupakan suatu proses untuk memecahkan dan sekaligus menjawab masalah yang muncul dalam suatu usaha dengan tujuan memperoleh laba. LT-Shop merupakan toko *online* dalam

skala kecil di wilayah Jakarta Barat, toko ini tidak pernah membuat laporan keuangan dan juga tidak pernah melakukan proses pencatatan dari seluruh transaksi penjualan maupun biaya. Pada akhirnya, toko ini mengalami kesulitan ketika akan melakukan proses pelaporan pajak.

Membantu mitra untuk mengklasifikasi unsur penerimaan

Pendapatan merupakan sejumlah uang yang diterima dari sejumlah barang yang dijual ke konsumen. Pendapatan akan diakui saat muncul pembayaran yang diterima ataupun masih harus diterima baik pada periode sekarang atau periode selanjutnya. Selain itu, ketika mitra sudah memberikan barang atau jasa kepada pelanggan, pendapatan akan diterima. Saat barang atau jasa sudah diberikan namun pembayaran belum diterima oleh pelanggan maka hal ini dapat diakui pendapatan tersebut sebagai piutang. Sedangkan saat menerima pendapatan sebelum mitra memberikan barang atau pelanggan, penghasilan tersebut harus diakui sebagai pendapatan diterima di muka. Nilai pendapatan bersih diperoleh dari total pendapatan yang telah dikurangi potongan harga atau diskon, retur, dan tunjangan lainnya. Berikut ini unsur yang terkandung dalam penerimaan, arti positif berarti dapat menambah keuntungan bagi perusahaan begitu pula arti negatif yang berarti dapat menurunkan keuntungan perusahaan.

| Unsur | Keterangan |
|-----------------|------------|
| Penjualan | Positif |
| Retur | Negatif |
| Diskon | Negatif |
| Pendapatan lain | Postif |

Membantu mitra untuk mengklasifikasi unsur biaya

Pada bagian ini dilakukan pendampingan dalam hal menghitung besarnya beban/biaya. Beban yang dimaksud disini adalah beban yang terjadi secara rutin dan jumlahnya mampu diperkirakan saat awal periode. Contohnya yaitu beban pokok penjualan (HPP), beban gaji, beban penyusutan, beban penghapusan penyisihan piutangnya dan sebagainya.

Berikut ini unsur yang terkandung dalam biaya, biaya yang terkandung disini adalah negatif maksudnya seluruh biaya merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh mitra yang berkaitan dengan usahanya.

| Unsur | Keterangan |
|-------------------------|------------|
| Harga Pokok Penjualan | Negatif |
| Biaya penyusutan | Negatif |
| Gaji pegawai | Negatif |
| Listrik | Negatif |
| Perlengkapan kantor | Negatif |
| Telepon dan internet | Negatif |
| Biaya tak terduga | Negatif |
| Transportasi dan bensin | Negatif |
| Biaya lain-lain | Negatif |

Membantu mitra untuk menyusun laporan laba rugi

Pada bagian ini dilakukan pendampingan untuk menjelaskan kepada mitra tentang konsep laporan laba rugi. Laporan laba rugi berisi perkiraan pendapatan

(penghasilan) dan beban dari usaha ini. Pendapatan merupakan penghasilan yang diperoleh atas kegiatan operasional. Laporan laba rugi bisa dibuat dalam periode satu bulan, satu tahun, atau berdasarkan konsep perbandingan (*matching concept*) yang disebut juga konsep pengaitan atau pemadanan, antara pendapatan dan beban yang terkait. Unsur-unsur dalam laporan tersebut meliputi pendapatan (*revenue*), beban (*expense*), laba (*profit*), dan rugi (*loss*).

1. Pendapatan (*revenue*)

Nilai pendapatan diperoleh dari total pendapatan kotor yang telah dikurangi potongan harga atau diskon, retur, dan tunjangan lainnya.

2. Beban (*expenses*)

Unsur ini merupakan arus keluar atau pemakaian aktiva akan memunculkan utang dalam suatu periode tertentu dikarenakan pengiriman ataupun produksi barang. Beban yang dimaksud disini adalah beban yang terjadi secara rutin, seperti beban pokok penjualan (HPP), beban gaji, beban penyusutan, beban penghapusan penyisihan piutang dan sebagainya.

3. Keuntungan (*profit*) atau kerugian (*loss*)

Unsur laporan laba rugi pada bagian keuntungan mengindikasikan besarnya penerimaan lebih besar daripada biaya. Begitu pula sebaliknya jika besarnya penerimaan lebih kecil dari biaya maka mitra mengalami kerugian (*loss*)

Berikut ini adalah format laporan laba rugi dan unsur yang terkandung didalamnya, laporan ini terdiri dari penerimaan, harga pokok penjualan, laba kotor, biaya-biaya, laba bersih.

| Unsur | Rupiah | Total |
|---------------------------|--------|-------|
| Penjualan | xxx | |
| -/- Diskon | xxx | |
| -/- Retur | xxx | |
| +/+ Pendapatan lain | xxx | |
| Total pendapatan | | xxx |
| -/- Harga Pokok Penjualan | | xxx |
| Laba Kotor | | xxx |
| -/- Gaji pegawai | xxx | |
| -/- Listrik | xxx | |
| -/- Telepon dan internet | xxx | |
| -/-Perlengkapan kantor | xxx | |
| Biaya penyusutan | xxx | |
| Transportasi dan bensin | xxx | |
| Biaya tak terduga | xxx | |
| Biaya lain-lain | xxx | |
| Total Biaya | | xxx |
| -/- Bunga Bank | xxx | |
| -/- Pajak | xxx | |
| Laba Bersih | | xxx |

*Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi S1 Manajemen Universitas Tarumanagara

**Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi S1 Manajemen Universitas Tarumanagara.

LAMPIRAN 3:
