

STRATEGI MENINGKATKAN COLLECTION PASAR 8 ALAM SUTERA

Dewi Siti Anggraeni¹⁾; Sarno²⁾; Wahyu Aji Suparlan³⁾; Muhammad Afrizal⁴⁾ dan Hadi Supratikta⁵⁾

Universitas Pamulang, Indonesia

¹⁾dewisitianggraeni1@gmail.com; ²⁾sarnobob.dzaky@gmail.com; ³⁾wahyoe.soeparlan@gmail.com;

⁴⁾Muhammadd.afrizall@gmail.com; ⁵⁾edosen00469@unpam.ac.id

Abstract

Strategic management is the process of helping organizations identify what they want to achieve, and how they should achieve valuable results. The magnitude of the role of strategic management is being recognized more and more in these times than in previous times. With the increasing number of modern markets, of course the competition is very tight. Each manager competes for customers so they shop at their tenants. Modern markets certainly have complete and comfortable facilities, both for visitors and traders. Market managers get income from IPL fees or Environmental Maintenance Fees. To improve services and manage a Market facility. From this income, in this case the author explains what are the obstacles in managing a modern market and what is the management strategy for managing a modern market.

Keywords: Management, strategy, market, modern market

Abstrak

Manajemen strategis adalah proses untuk membantu organisasi dalam mengidentifikasi apa yang ingin mereka capai, dan bagaimana seharusnya mereka mencapai hasil yang bernilai. Besarnya peranan manajemen strategis semakin banyak diakui pada masa-masa ini dibanding masa-masa sebelumnya. Dengan meningkatnya jumlah pasar modern tentunya persaingan sangat ketat. Setiap pengelola bersaing untuk mendapat customer sehingga mereka berbelanja di tenant mereka. Pasar moderan tentunya memiliki fasilitas yang lengkap dan nyaman, baik untuk pengunjung maupun pedagangnya. Pengelola pasar mendapatkan pendapatan dari biaya IPL atau luran Pemeliharaan Lingkungan Untuk meningkatkan pelayanan serta mengelola sebuah fasilitas Pasar,. Dari pendapatan tersebut Dalam hal ini penulis menjelaskan apa saja kendala dalam pengelolaan pasar modern dan bagaimana strategi manajemen dalam mengelola sebuah pasar modern.

Kata kunci : Manajemen, strategi, pasar, pasar modern

PENDAHULUAN

Dewasa ini, pasar (tempat pertemuan pembeli dan penjual) di Indonesia tumbuh dan berkembang sangat pesat, namun perkembangan pasar moderan jauh lebih cepat dibandingkan pasar tradisional. Hal ini bisa dilihat dari berbagai macam bentuk dan model penjualan. Sementara pasar tradisional masih bertahan dengan pola yang lama sehingga dengan fakta ini menjadi salah satu alasan utama mengapa pembeli cenderung berbelanja di pasar modern yang lebih memberikan pelayanan dan fasilitas yang lebih baik.

Keberadaan suatu pasar bagi konsumen, baik pasar moderen maupun pasar tradisonal tergantung pada persepsi konsumen. Persepsi kondisi pasar sendiri berbeda-beda dimana dapat dilihat jelas dari ekonomi pembeli golongan atas dengan pembeli golongan menengah atau bawah . Bagi pembeli golongan atas, merasa lebih menyukai tempat yang nyaman, bersih, tempat parkir yang luas, pelayanan dari pramuniaga yang ramah, dan metode pembayaran tanpa menggunakan uang tunai. Kondisi tersebut adalah kondisi yang dapat ditemukan di pasar moderen, seperti minimarket, supermarket, pusat berbelanja dan mall. Sedangkan bagi pembeli golongan menengah dan bawah lebih senang berbelanja di pasar tradisional, karena mampu melakukan tawar menawar harga, dekat dengan lokasi tempat tinggalnya, dan semua barang kebutuhan sehari-hari tersedia.

Berdasarkan informasi berita yang di kutip dari kompas.com tahun 2014, jumlah pasar modern di Indonesia sudah berjumlah 23.000 unit. pasar modern saat ini terus tumbuh dan berkembang tidak hanya terpusat pada satu daerah saja. Selain itu, pembangunan pasar modern selalu diatur izin pembangunan agar mampu tersebar ke berbagai daerah di Indonesia dengan pertimbangan jarak dan jumlah pertumbuhan penduduk suatu daerah.

Tidak banyak pasar modern juga dikelola oleh developer. Hal ini dilakukan agar melengkapi fasilitas warganya agar mempermudah mereka untuk berbelanja. Pengelolaan Pasar modern ini tentunya tidak mudah, harus mempunyai strategi dalam pengelolaannya. Berdasarkan data di salah satu Pasar modern, yang menjadi masalah dalam pengelolaan Pasar modern adalah Occupancy dan collection. Berikut salah satu data yang di ambil dari Pasar 8 Alam Sutera.

Tabel 1. Data Collection Pembayaran IPL

| Data Collection Pembayaran IPL | | |
|--------------------------------|------------------------|------------------------|
| Bulan | Juni 2015 s/d Mei 2016 | Juni 2016 s/d Mei 2017 |
| Juni | 87.11% | 81.94% |
| Juli | 82.97% | 82.96% |
| Agustus | 87.93% | 87.84% |
| September | 88.76% | 86.98% |
| Oktober | 84.83% | 89.51% |
| November | 87.84% | 83.85% |
| Desember | 83.66% | 89.41% |
| Januari | 87.14% | 89.13% |
| Februari | 86.54% | 89.86% |
| Maret | 89.89% | 89.19% |
| April | 88.36% | 89.67% |
| Mei | 86.19% | 88.53% |
| Average | 86.77% | 87.41% |

Sumber : Laporan keuangan Pasar 8

Berdasarkan data Collection dari Juni 2015 sampai mei 2017 tersebut terjadi fluktuasi setiap bulannya. Untuk itu Manajemen atau pengelola Pasar 8 terus meningkatkan target collection Pasar 8 dengan menentukan strategi agar target tersebut tercapai.

KAJIAN LITERATUR

Pada dasarnya, manajemen strategi adalah proses dalam pengambilan keputusan, menerapkan tindakan dan mengevaluasi hal apa saja yang sudah dilakukan secara baik agar bisa mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Proses ini dilakukan secara kontinyu dengan cara mengevaluasi dan juga mengontrol internal bisnis, melakukan analisis kompetitor, serta menetapkan strategi untuk bisa bersaing dengan baik. Setelah itu, dilanjutkan dengan mengevaluasi kembali strategi secara lebih teratur agar bisa menentukan tindakan yang nantinya akan dilakukan serta memantau perkembangannya atau diganti dengan menggunakan strategi lain. Strategi tersebut harus bisa diterapkan oleh seluruh pihak perusahaan agar bisa

menghadapi persaingan dan menampilkan keunggulan perusahaan. Konsep perspektif nantinya akan digunakan saat masalah belum muncul atau sebagai suatu perencanaan yang memang harus dikembangkan. Sedangkan konsep deskriptif akan diterapkan agar bisa menyelesaikan masalah yang harus diselesaikan oleh perusahaan. Saat perusahaan sudah mengetahui dan memahami visinya, maka sumber daya yang tepat bisa ditempatkan pada bagian yang tepat agar bisa mencapai tujuan dari rencana perusahaan. Adanya keputusan dan komitmen pada perencanaan strategis mampu memperkuat posisi perusahaan di dalam persaingan pasar dalam jangka waktu yang panjang. Tentunya hal tersebut akan memberikan keuntungan finansial. Perusahaan yang terus menilai performa dengan menggunakan blueprint perusahaan akan memperoleh respon dan bisa beradaptasi secara cepat dengan kekuatan pasar. Manajemen strategi akan membantu perusahaan menjadi lebih proaktif dan jadi tidak reaktif dalam menentukan perkembangan perusahaan di masa depan.

Menurut Subandi dalam tulisannya di Harian Suara Merdeka edisi cetak 6 Desember 2005, dikatakan bahwa pasar modern mengedepankan konsep profesionalisme dan kualitas pelayanan untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Karena itu, desain tata bangunan sejak awal telah mempertimbangkan keterpaduan dan kenyamanan, dengan penyediaan lahan parkir, ruang yang nyaman, kemudahan akses dengan transportasi umum, pemilahan jenis barang, dan pelayanan dari pramuniaga yang sangat memanjakan konsumen. Selain itu, dikenal juga konsep self service yang biasa disebut swalayan dengan manajemen harga mati.

Arti collection secara singkat adalah pungutan. Collection adalah pengelolaan piutang atau Account Receivable sebagai akibat adanya perjanjian pembiayaan.

Piutang atau account receivable itu sendiri sebenarnya adalah asset perusahaan yang ada dan tersebar di pihak lain (debitur). Adapun Tujuan dari Adanya bagian Collection/Penerimaan Pasar 8 adalah sebagai berikut:

1. Mengusahakan agar pembayaran dari konsumen sesuai tanggal jatuh tempo
2. Mengoptimalkan laba
3. Meminimalkan kerugian atas angsuran yang tertunggak
4. Menjaga kestabilan dan kesehatan keuangan perusahaan (cash flow)
5. Melaksanakan hak perusahaan berkaitan dengan term & condition yang telah di sepakati dalam perjanjian, seperti penarikan, pengenaan denda, penalti, dll

METODOLOGI PENELITIAN

Sebelum membuat sebuah keputusan atau membuat strategi, pengelola pasar 8 menganalisa kondisi dengan analisa Fishbone atau analisa sebab akibat dan 5W1H serta membuat sebuah strategi untuk meningkatkan collection di Pasar 8 Alam Sutera. Langkah-langkah yang dilakukan :

1. Menentukan identifikasi masalah
2. Menentukan target
3. Menentukan roots dan penyelesaian
4. Pelaksanaan penanggulangan
5. Result

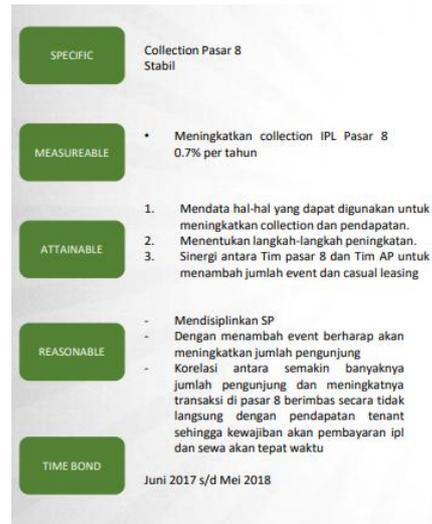
Tabel 2. Analisa kondisi pengelola pasar 8

| FAKTOR | TEMUAN | AKIBAT |
|--------|--|--|
| SDM | <ul style="list-style-type: none"> • Informasi dan penagihan hanya terpusat pada TR & Finance | (Delivery) - Sosialisasi & informasi ke tenant kurang maksimal |
| METHOD | <ul style="list-style-type: none"> • Sistem pemberian SP yang belum optimal | (Cost) - Pembayaran tenant tidak tepat waktu |
| TOOLS | <ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya promosi di Pasar 8 | <ul style="list-style-type: none"> • Program / event tidak maksimal • Kurangnya pengunjung Pasar 8 • Income tenant Pasar 8 tidak maksimal |

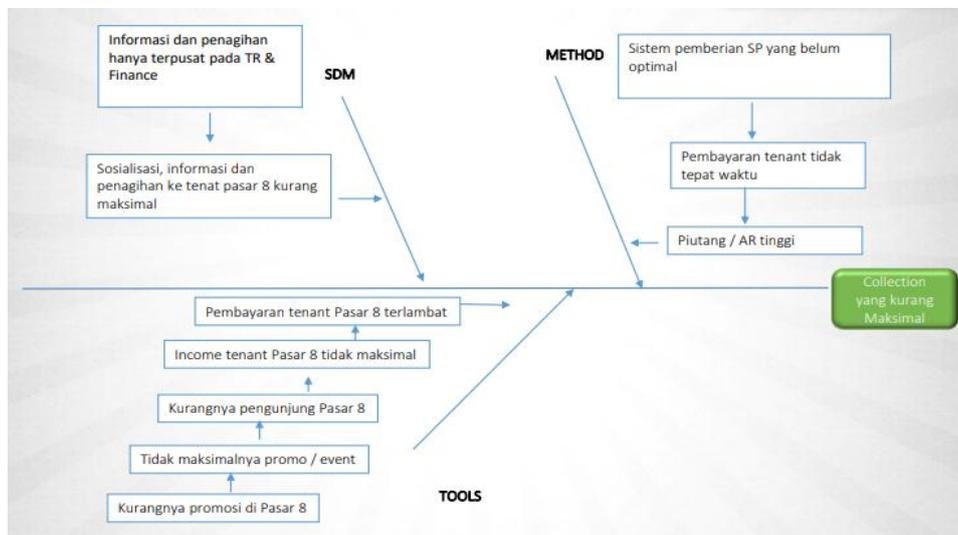
Tabel 3. Analisa Penentuan Target Pengelola Pasar 8

| Data Collection Pembayaran IPL | | |
|--------------------------------|------------------------|------------------------|
| Bulan | Juni 2015 s/d Mei 2016 | Juni 2016 s/d Mei 2017 |
| Juni | 87.11% | 81.94% |
| Juli | 82.97% | 82.96% |
| Agustus | 87.93% | 87.84% |
| September | 88.76% | 86.98% |
| Oktober | 84.83% | 89.51% |
| November | 87.84% | 83.85% |
| Desember | 83.66% | 89.41% |
| Januari | 87.14% | 89.13% |
| Februari | 86.54% | 89.86% |
| Maret | 89.89% | 89.19% |
| April | 88.36% | 89.67% |
| Mei | 86.19% | 88.53% |
| Average | 86.77% | 87.41% |
| Variance | 0.64% | |
| Target | 0.7 % per tahun | |

Sumber : Laporan keuangan Pasar 8



Tabel 4. Penentuan Rootcase (Analisa sebab Akibat) Pengelola Pasar 8



Sumber : Data Laporan Pengelola pasar 8

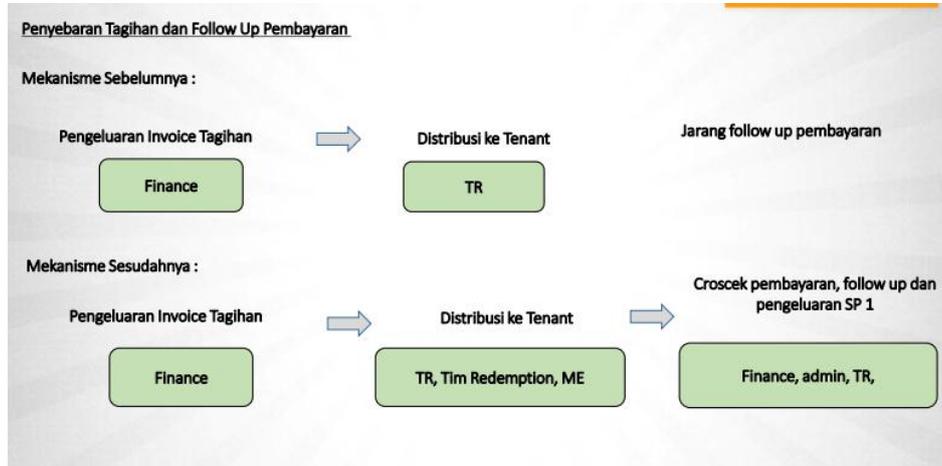
Rencana Penanggulangan

| ROOT CASE | WHAT | WHY | HOW | TARGET |
|--|--|--|--|--|
| Informasi dan penagihan hanya terpusat pada TR & Finance | Perubahan pembagian tugas & sosialisasi ke Pasar 8 | Agar penyebaran tagihan lebih cepat | Melibatkan tim lain dalam penyebaran tagihan | Pembayaran tenant tepat waktu (sebelum jatuh tempo) |
| Sistem pemberian SP yang belum optimal | SP 1,2,3 dikeluarkan per 10 hari | Agar periode pembayaran tenant dalam bulan yang sama | Pemberian SP setiap tanggal 11 | Tenant membayar IPL pada bulan tersebut |
| Kurangnya media promosi Pasar 8 | Menambah Media promosi (printing, online, program/event) | Agar pengunjung Pasar 8 mengetahui program / promosi Pasar 8 | Membuat what's on & promosi melalui media online | Pengunjung Pasar 8 lebih aware & promosi di pasar 8 lebih maksimal |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ditulis dalam bentuk paragraf mengalir yang ditulis dengan sistematis, analisis yang kritis, dan informatif. Penggunaan tabel, gambar dsb hanya sebagai pendukung yang memperjelas pembahasan dan dibatasi hanya pada pendukung yang benar-benar substantial, misalnya tabel hasil pengujian statistik, gambar hasil pengujian model dsb. Pembahasan hasil.

Pelaksanaan Penanggulangan



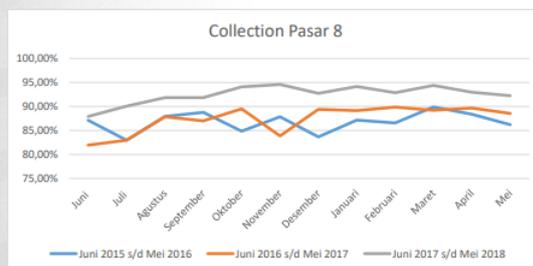
Peningkatan Collection Pasar 8

| Sebelum | | | Sesudah | |
|--------------------------------|------------------------|------------------------|--------------------------------|------------------------|
| Data Collection Pembayaran IPL | | | Data Collection Pembayaran IPL | |
| Bulan | Juni 2015 s/d Mei 2016 | Juni 2016 s/d Mei 2017 | Bulan | Juni 2017 s/d Mei 2018 |
| Juni | 87.11% | 81.94% | Juni | 87.91% |
| Juli | 82.97% | 82.96% | Juli | 90.06% |
| Agustus | 87.93% | 87.84% | Agustus | 91.85% |
| September | 88.76% | 86.98% | September | 91.84% |
| Oktober | 84.83% | 89.51% | Oktober | 94.09% |
| November | 87.84% | 83.85% | November | 94.57% |
| Desember | 83.66% | 89.41% | Desember | 92.72% |
| Januari | 87.14% | 89.13% | Januari | 94.15% |
| Februari | 86.54% | 89.86% | Februari | 92.88% |
| Maret | 89.89% | 89.19% | Maret | 94.38% |
| April | 88.36% | 89.67% | April | 92.95% |
| Mei | 86.19% | 88.53% | Mei | 92.24% |
| Average | 86.77% | 87.41% | AVERAGE | 92.47% |
| Variance | 0.64% | | | |
| Target | 0.7 % per tahun | | | |

Sumber : Laporan keuangan Pasar 8

Peningkatan Collection Pasar 8

| | |
|---|-------------|
| Average Collection IPL Jun '16 - Mei 2017 | 87.41% |
| Average Collection IPL Jun '17 - Mei 2018 | 92.47% |
| Variance | 5.06% |
| Achievement | 5.8% |



KESIMPULAN DAN SARAN

Manajemen Pasar 8 membuat strategi untuk meningkatkan collection Pasar 8 dengan langkah-langkah :

1. Menentukan identifikasi masalah
2. Analisa kondisi yang ada
3. Menentukan target
4. Menentukan roots dan penyelesaian
5. Pelaksanaan penanggulangan
6. Result

Strategi yang dilakukan adalah :

1. Sosialisasi untuk strategi yang akan dijalankan
2. Membuat system pemberian SP kepada tenant yang telat melakukan pembayaran IPL
3. Meningkatkan event , agar pengunjung bertambah sehingga penjualan tenant meningkat dan pembayaran IPL menjadi lancer.

Dengan melakukan langkah-langkah dan strategi tersebut efektif dan efisien sehingga target yang diinginkan dapat tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N. (2014). Analisis perbedaan pasar modern dan pasar tradisional ditinjau dari strategi tata letak (lay out) dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan posisi tawar pasar tradisional. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 13(1).
- Arifudin, O. (2021). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*.
- Novianto, E. (2019). *Manajemen Strategis*. Deepublish.
- Pandin, M. L. (2009). Potret Bisnis Ritel Di Indonesia: Pasar Modern. *Economic Review*, 215, 1-12.
- Umar, H. (2005). *Manajemen Strategi*. Erlangga. Jakarta.