

PENGELOLAAN USAHA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING BAGI KELOMPOK PENINGKATAN USAHA RAKYAT (PKUR) BAROKAH KELURAHAN PENGGARON KIDUL KECAMATAN PEDURUNGAN KOTA SEMARANG

**Ida Nurhayati¹, Suzy Widayarsi², Rr. Tjahjaning Poerwati^{2, 3},
Andi Kartika⁴, Tristiana Rijanti⁵, Nur Aini⁶**

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang, Indonesia

¹ida.nurhayati@edu.unisbank.ac.id, ²Suzy@edu.unisbank.ac.id ,

³tjahjaingpoerwati@edu.unisbank.ac.id, ⁴andikartika@edu.unisbank.ac.id,

⁵tristianar@edu.unisbank.ac.id, ⁶nuraini@edu.unisbank.ac.id

Abstrak

KPKUR adalah singkatan dari Kelompok Peningkatan Ketrampilan Usaha Rakyat, yaitu merupakan wadah usaha kecil dari berbagai orang yang sudah memiliki usaha dan sebagian ada beberapa yang baru bergabung ikut berusaha. Usaha kecil ini terdiri dari dua kelompok yaitu kelompok bidang makanan dan kelompok kain rajut. Untuk kelompok makanan terdiri dari produksi makanan ringan seperti makanan olahan: snack, rempeyek, keripik tempe, keripik sagu, dan bandeng presto dan warung *seafood*. Produk-produk tersebut dalam pengelolaan usaha masih sederhana dan kesulitan dalam pengelolaan usaha maupun dalam pemasarannya. Tujuan dari pengabdian ini untuk meningkatkan pengelolaan atau manajemen usaha, Peningkatan wawasan bisnis serta pengetahuan pengelolaan usaha, Peningkatan produktivitas, Peningkatan daya saing berbasis pemasaran sehingga akan tercipta kemandirian dalam berusaha. Sejalan dengan hal tersebut akan terbentuk wira usaha yang tangguh, berkembang, dan mandiri.

Kata kunci: Pengelolaan Usaha, KPKUR

Abstract

KPKUR stands for Kelompok Peningkatan Ketrampilan Usaha Rakyat, and it is a small business forum for people who already have businesses and those who are just starting out. This small business is divided into two sections: the food sector section and the knitted fabric section. The food group consists of the production of processed foods such as snacks, rempeyek, tempeh chips, sago chips, and presto milkfish and seafood stalls. These products in business management are still simple and have difficulties in business management and marketing. The purpose of this service is to increase organizational capacity, business management, business motivation, expertise in marketing products and also to improve the quality of human resources so that independence in doing business will be created. In line with this, a thriving, resilient, and independent entrepreneur will be formed. KPKUR stands for People's Business Skills Improvement Group, and it is a small business forum for people who already have businesses and those who are just starting out. This small business is divided into two sections: the food sector section and the knitted fabric section. The food group consists of the production of processed foods such as snacks, rempeyek, tempeh chips, sago chips, and presto milkfish and seafood stalls. These products in business management are still simple and have difficulties in business management and marketing.

Key word: Business management, KPKUR

PENDAHULUAN

KPKUR adalah kelompok peningkatan ketrampilan usaha rakyat, yang merupakan wadah usaha kecil dari berbagai orang yang sudah memiliki usaha dan sebagian ada beberapa yang baru bergabung ikut berusaha. Usaha kecil ini terdiri dari dua kelompok yaitu kelompok bidang makanan dan kelompok kain rajut. Untuk kelompok makanan terdiri dari produksi makanan ringan seperti makanan olahan: snack, rempeyek, keripik tempe, keripik sagu, dan bandeng presto dan warung

seafood. Produk-produk tersebut dalam pengelolaan usaha masih sederhana dan kesulitan dalam pengelolaan usaha maupun dalam pemasarannya.

Jenis usaha kecil ini mulai berkembang dengan pesat, bukan saja dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat di daerah, dalam banyak hal mereka menjadi perekat dan menstabilkan masalah kesenjangan sosial. Sehubungan dengan hal tersebut, maka perlu upaya untuk menumbuhkan iklim kondusif bagi perkembangan Usaha Mikro/ usaha kecil dalam mempercepat pembangunan daerah, yang saat mulai berkembang dengan pesat, namun belum didukung dengan perkembangan dari segi kualitasnya sehingga menyebabkan kinerja usaha kecil belum optimal. Kinerja tersebut disebabkan karena beberapa permasalahan antara lain: usaha kecil kurang permodalan, kesulitan dalam pemasaran, persaingan usaha ketat, Kesulitan bahan baku, kurang teknis produksi dan keahlian, Ketrampilan manajerial kurang, kurang pengetahuan manajemen keuangan dan iklim usaha kurang kondusif. Dari sekian banyak kelemahan pengelolaan / manajemen keuangan perlu dilakukan, karena dengan dikelolanya keuangan perusahaan/ usaha maka satu langkah akan bisa merecord sebagian besar data-data perusahaan, sehingga akan diketahui bagaimana kinerjanya, bagaimana mencari tambahan modal (dengan persyaratan laporan keuangan yang sudah dibuat), bagaimana akan menjual barang/ memasarkan dan dengan baik.

Usaha kecil merupakan usaha yang integral dalam dunia usaha nasional yang memiliki kedudukan, potensi, dan peranan yang signifikan dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional pada umumnya dan pembangunan ekonomi pada khususnya. Selain itu, usaha kecil juga merupakan kegiatan usaha dalam memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas, agar dapat mempercepat proses pemerataan dan pendapatan ekonomi masyarakat.

Uraian dari manajemen yang ada pada PKUR Barokah adalah pada bagian pemasaran dan keuangan. Pada pemasaran selama ini dilakukan secara manual. Pemasaran dilakukan dari rumah atau tempat usaha. Seiring berjalannya waktu, hasil produk selain tetap di dipasarkan langsung ke masyarakat. Berdasar survei yang dilakukan tim, sebenarnya kualitas produk bisa bersaing dengan produk sejenis. Keunggulan produk ini adalah harga yang relatif lebih murah. Secara kualitas produk ini juga tidak kalah dengan produk lian sejenis di pasar. Untuk pengembangan lebih baik, branding penting untuk dilakukan. Selain itu, pemasaran online juga mendesak untuk dilakukan, apalagi saat ini masih masa pandemik. Dengan pemasaran on line, skup pasar bisa lebih luas.

Pada keuangan masih tercampur dengan keuangan pribadi pengusaha dan modal awal usaha PKUR Barokah dengan modal sendiri yang dimiliki masing-masing anggota, belum pernah mendapatkan skim pinjaman dari perbankan untuk pengembangan usahanya. Untuk ke depan, bisa akses dana eksternal untuk pengembangan usahanya. Dari sisi keuangan usaha telah dikelola secara lumayan baik. Pemisahan antara uang usaha dan rumah tangga belum dilakukan. Ketrampilan untuk membuat laporan keuangan sederhana juga belum dilakukan.

Berdasarkan adanya kondisi empiris yang terjadi dan permasalahan yang dihadapi oleh khalayak sasaran dalam menjalankan usahanya, antara lain:

- 1). Tampilan produk masih kelihatan polos, belum ada sentuhan untuk meningkatkan citra kualitas. Kondisi ini berdampak pada nilai jual produk yang rendah. Keadaan ini pada akhirnya akan berdampak pada margin keuntungan yang relatif kecil.
- 2). Pemasaran produk masih dilakukan secara manual. Sementara berdasar pra survei diketahui bahwa produk yang dihasilkan diyakini bisa bersaing dengan produk sejenis di kelasnya. Selama ini konsumen ada 2 macam, yaitu masyarakat langsung dan pedagang.
- 3). Pengelolaan keuangan yang tidak maksimal, karena belum ada pemisahan keuangan rumah tangga dengan usaha yang dilakukan, sehingga belum bisa diketahui kinerja masing-masing usaha yang dilakukan pada PKUR Barokah.

Pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dan meningkatkan Pengelolaan Usaha Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Bagi Kelompok Peningkatan Usaha Rakyat (PKUR) Barokah Kelurahan Penggaron Kidul Kecamatan Pedurungan Kota Semarang.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat di PKUR Barokah ini lebih ditekankan pada pemberdayaan usaha mitra dan peran aktifnya dalam kegiatan ini. Tim dari kampus berperan sebagai fasilitator dan transfer iptek yang dimiliki. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di PKUR Barokah ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

- Tahap pertama: Tim melakukan kunjungan/survei ke PKUR Barokah sebagai mitra untuk mengetahui langsung situasi usaha mitra dari beberapa aspek, seperti: aspek produksi, pemasaran, SDM maupun keuangan. Tim menggali informasi terkait praktik manajemen organisasi yang sekarang berjalan serta mengidentifikasi masalah yang muncul.
- Tahap kedua: Tim mengidentifikasi masalah yang urgen yang menjadi prioritas utama untuk diselesaikan melalui program pengabdian masyarakat ini. Penentuan prioritas penanganan masalah akan didiskusikan dengan mitra agar prioritas yang diputuskan benar-benar yang sesuai keadaan riil di lapangan.
- Tahap ketiga: Dari hasil identifikasi prioritas permasalahan yang akan diselesaikan melalui program pengabdian masyarakat ini, Tim memberikan beberapa alternatif solusi yang ditawarkan ke mitra. Berdasarkan kesepakatan Tim dan Mitra, program solusi masalah yang ada diputuskan bersama.
- Tahap keempat: Tim menguraikan aktivitas program kerja yang akan dilakukan dalam rangka menyelesaikan masalah-masalah utama yang dialami oleh mitra. Aktivitas program ini meliputi aspek produksi, pemasaran, SDM dan keuangan...
- Tahap kelima: Tim melakukan evaluasi secara rutin untuk memastikan bahwa semua program yang direncanakan sesuai dengan tujuan pelaksanaan PKM ini. Tim juga memastikan bahwa indikator-indikator luaran yang direncanakan bisa tercapai dengan baik.

HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang Pengelolaan Usaha Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Bagi Kelompok Peningkatan Usaha Rakyat (PKUR) Barokah Kelurahan Penggaron Kidul Kecamatan Pedurungan Kota Semarang yang dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah ditanggapi dengan baik oleh peserta pelatihan. Peserta antusias dalam mendengarkan penjelasan yang disampaikan oleh tim dan mengajukan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan manajemen dan pemasaran.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat pada Kelompok Peningkatn Usaha Rakyat (PKUR) mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas produk dan kemasan, agar produk lebih fresh dan tahan lama.
 2. Meningkatkan kinerja pemasaran. Peningkatan kinerja pemasaran bisa diawali dengan melakukan pelatihan perihal branding dan kualitas produk. Dengan branding dan kualitas produk tertentu, memasarkan produk secara on line menjadi solusi yang penting.
 3. Memberikan pelatihan dan penyuluhan kepada karyawan untuk meningkatkan ketrampilan pengelolaan keuangan kepada karyawan sehingga meningkatkan kinerja keuangan usahanya
- Partisipasi aktif dapat dilihat dari beberapa aspek dari para peserta pelatihan, antara lain:
1. Aspek partisipasi. Para peserta pelatihan ikut bergabung dalam diskusi dan berpartisipasi dalam jalannya kegiatan yang dilaksanakan.
 2. Aspek motivasi, peserta selama peltihan dilakukan aktif mendengarkan dan mengikuti dengan baik serta terdorong untuk mengaplikasikan pada usaha yang dijalankan.
 3. Aspek kerja sama, peserta bekerja sama dengan semua pihak sehingga dapat terlaksana kegiatan ini dengan baik dan lancar.

4. Aspek inisiatif, peserta banyak berdiskusi dan bertanya tentang materi untuk diaplikasikan dalam usahanya, sehingga menjadi tambahan masukan bagi pelaku usaha.

Kegiatan pelatihan ini berjalan dengan baik dan lancar berkat kerja sama dari semua pihak, terutama dari para peserta pelatihan.

Upaya Peningkatan Daya Saing Bagi UMKM Pengembangan lingkungan usaha yang kondusif bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dimaksudkan untuk meningkatkan daya saing UMKM dengan mencipta usaha yang kondusif bagi UMKM, maka diperlukan serangkaian kebijakan ekonomi makro, kebijakan sektoral dan kebijakan pembangunan daerah yang saling melengkapi, selaras dan sinergi dalam rangka memberdayakan UMKM. Untuk itu diperlukan upaya-upaya terpadu dalam peningkatan daya saing bagi UMKM. Upaya-upaya tersebut harus mereduksi kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh UMKM Langkah-langkah yang bisa ditempuh ialah :

- a) Peningkatan wawasan bisnis serta pengetahuan pengelolaan usaha
- b) Peningkatan produktivitas
- c) Peningkatan daya saing berbasis pemasaran

Peningkatan Wawasan Bisnis serta Pengetahuan Pengelolaan Usaha.

Pelaku usaha yang mempunyai wawasan bisnis baik, akan dapat dengan cepat mampu menangkap dan memanfaatkan peluang yang ada secara efektif. Kemampuan berusaha ini tidak dapat ditingkatkan dengan cepat, tetapi melalui proses bertahap, apalagi jika terkait dengan kultur masyarakat. Upaya peningkatan wawasan bisnis serta pengetahuan pengelolaan usaha, dapat dilakukan dengan memberikan pengetahuan dan pembelajaran melalui pendidikan dan pelatihan dengan dua sub judul penguasaan materi, yaitu: a) Peningkatan daya saing melalui penguatan wawasan bisnis dan tata kelola usaha b) Peningkatan daya saing melalui prioritas produk unggulan yang berkualitas.

Peningkatan Produktivitas.

Daya saing sektor industri akan benar-benar kokoh dan berkelanjutan bila dilakukan melalui program peningkatan produktivitas untuk meningkatkan nilai tambah berupa peningkatan output dan minimalisasi input yang dilakukan oleh pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat umum. Konsep produktivitas kerja dapat dilihat dari dua dimensi, yaitu dimensi individu dan dimensi organisasian. Dimensi individu melihat produktivitas dalam kaitannya dengan karakteristik-karakteristik kepribadian individu yang muncul dalam bentuk sikap mental dan mengandung makna keinginan dan upaya individu yang selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas kehidupannya. Sedangkan dimensi keorganisasian melihat produktivitas dalam kerangka hubungan teknis antara masukan (input) dan keluaran (output). Oleh karena itu dalam pandangan ini, terjadinya peningkatan produktivitas tidak hanya dilihat dari aspek kuantitas, tetapi juga dapat dilihat dari aspek kualitas. Kedua pengertian produktivitas tersebut mengandung cara atau metode pengukuran tertentu yang secara praktek sukar dilakukan. Kesulitan-kesulitan itu dikarenakan, pertama karakteristik-karakteristik kepribadian individu bersifat kompleks, sedangkan yang kedua disebabkan masukan-masukan sumber daya bermacam-macam dan dalam proporsi yang berbeda-beda. Produktivitas kerja sebagai salah satu orientasi manajemen dewasa ini, keberadaannya dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap produktivitas pada dasarnya dapat diklasifikasikan ke dalam dua jenis, yaitu pertama faktor-faktor yang berpengaruh secara langsung, dan kedua faktor-faktor yang berpengaruh secara tidak langsung. Dari beberapa pendapat tersebut di atas terdapat Unsur-unsur yang terdapat dalam produktivitas :

- a. Efisiensi.

Produktivitas sebagai rasio output/input merupakan ukuran efisiensi pemakaian sumber daya (input). Efisiensi merupakan suatu ukuran dalam membandingkan penggunaan

masuk (input) yang direncanakan dengan penggunaan masukan yang sebenarnya terlaksana. Pengertian efisiensi berorientasi kepada masukan.

b. Efektivitas.

Efektivitas merupakan suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa jauh target yang dapat tercapai baik secara kuantitas maupun waktu. Makin besar presentase target tercapai, makin tinggi tingkat efektivitasnya. Konsep ini berorientasi pada keluaran. Peningkatan efektivitas belum tentu dibarengi dengan peningkatan efisiensi dan sebaliknya. Gabungan kedua hal ini membentuk pengertian produktivitas dengan cara sebagai berikut:

Produktivitas = Efektivitas pelaksanaan tugas mencapai tujuan / Efisiensi penggunaan sumber-sumber masukan ke proses

c. Kualitas.

Secara umum kualitas adalah ukuran yang menyatakan seberapa jauh pemenuhan persyaratan, spesifikasi, dan harapan konsumen. Kualitas merupakan salah satu ukuran produktivitas. Meskipun kualitas sulit diukur secara matematis melalui rasio output/input, namun jelas bahwa kualitas input dan kualitas proses akan meningkatkan kualitas output.

Peningkatan Daya Saing Berbasis Pemasaran.

Kekuatan bersaing industri Indonesia di pasar global memerlukan kebersamaan pelaku usaha dan fasilitasi pemerintah untuk memperkuat penetrasi ekspor dan pemasaran pada umumnya. Diperlukan perubahan sikap pandang dan prioritas program yang mendorong peningkatan daya saing berbasis pemasaran, khususnya untuk meningkatkan penetrasi pasar ekspor. Pemasaran merupakan tindakan yang menyebabkan berpindahnya hak milik atas barang dan jasa dari penjual kepada pembeli, yang menimbulkan distribusi fisik atas barang tersebut. Manajemen Pemasaran merupakan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menyenangkan dengan pasar, agar tujuan organisasi tercapai. Dalam kegiatan usaha dan pemasaran UMKM senantiasa harus menerapkan : a) Idealisme, yang mampu membangun usaha yang sehat baik organisasi maupun usahanya. b) Orientasi pasar/ konsumen, perlu kemampuan untuk berupaya mencari terobosan guna mengantisipasi selera konsumen. c) Volume penjualan yang menguntungkan d) Koordinasi dan integrasi/kegiatan pemasaran. Selanjutnya ialah pahami fungsi pemasaran antara lain mencakup fungsi pembelian, penjualan, dan promosi, dimana kualitas produk banyak ditentukan oleh manfaat yang dapat diperoleh bagi konsumen. Fungsi Penjualan banyak dilakukan oleh UMKM dan koperasi produsen dimana anggotanya adalah para produsen yang memproduksi barang yang sejenis dan mereka dapat menjualnya secara sendiri-sendiri ke pasar. Fungsi pembelian dilakukan dalam rangka membeli bahan baku di mana para pengrajin atau pengusaha kecil sering melakukannya secara sendiri-sendiri dan dalam jumlah yang tidak terlalu besar. Fungsi promosi berkaitan dengan pendapat yang menyebutkan bahwa pasar yang aktual adalah persepsi pasar. Hal ini memunculkan persepsi dengan kenyataan bisa sama bisa juga berbeda, dalam hal ini ada tiga kemungkinan, yaitu persepsi sama dengan kenyataan, persepsi lebih tinggi dari kenyataan atau persepsi lebih rendah dari kenyataan. Persepsi yang paling baik apabila persepsinya tinggi kenyataan juga tinggi. Jadi pasar menilai produk dan layanan dari suatu perusahaan baik, dan kenyataannya pun memang demikian. Bila yang terjadi persepsi pasar lebih tinggi daripada kenyataan, maka kondisi ini dalam jangka pendek masih menguntungkan, tetapi dalam jangka panjang bisa menimbulkan risiko, yaitu ketika suatu saat pasar menyadari bahwa ternyata mereka telah overestimate dalam menilai suatu produk dan layanan, kemudian mereka merasa tertipu dan kecewa, akhirnya mereka tidak pernah membeli lagi produk tersebut. Kondisi yang tidak menguntungkan ketika persepsi pasar terhadap suatu produk rendah, padahal sebenarnya nilai produk dan layanan yang ditawarkan tersebut tinggi, jadi dalam hal ini pasar melakukan penilaian yang underestimate, akibatnya produk menjadi tidak laku.

Meningkatkan Daya Saing Melalui Penguatan Jaringan Usaha

Jaringan usaha dapat dilihat berdasarkan beberapa fungsi, yaitu antara lain:

- a) Fungsi bisnis perusahaan, meliputi jaringan pemasaran, jaringan produksi/ operasi dan jaringan keuangan
- b) Keterkaitan fungsi dan posisi rantai pasokan, meliputi kerjasama vertikal dan horizontal
- c) Kemitraan usaha, meliputi kemitraan antar UMKM, antar UMKM dengan usaha besar
- d) Formal/soliditas jaringan, meliputi soft network dan hard network
- e) Penetapan tujuan meliputi jaringan usaha untuk meningkatkan skala ekonomis, jaringan usaha untuk pengelolaan usaha yang efisien, jaringan usaha untuk meningkatkan posisi tawar.

Macam-macam Jaringan Usaha Berdasarkan Fungsi Bisnis Perusahaan

a. Jaringan Pemasaran

Untuk keberhasilan dalam pemasaran produk dan layanannya, UMKM perlu memiliki jaringan pemasaran yang handal, yang selalu siap menyerap produk dan layanan UMKM dengan volume, harga dan waktu yang tepat atau membantu kegiatan pemasaran. Dengan demikian jaringan pemasaran ini dapat terdiri dari jaringan inti dan penunjang. Jaringan inti dapat terdiri dari para perantara pemasaran seperti grosir, pengecer, agen dan perantara pemasaran lainnya. Sedangkan jaringan penunjang, yaitu lembaga/pihak ketiga yang berperan sebagai penunjang kesuksesan pemasaran, seperti perusahaan/lembaga yang bergerak dalam bidang promosi, ekspedisi, transportasi, informasi pasar, pembiayaan kegiatan pemasaran, memberikan jaminan dalam pemasaran, dan lainlain. Lembaga-lembaga/pihak ketiga tersebut dapat merupakan lembaga pemerintah, lembaga bisnis dan lembaga lainnya.

b. Jaringan Produksi/Operasi

Jaringan produksi/operasi meliputi kerjasama usaha dan hubungan-hubungan dengan berbagai pihak (produsen, pemasok dan pihak lainnya) yang dibutuhkan untuk menjamin proses produksi/ operasi dapat berjalan dengan baik. Dengan jaringan produksi yang kuat maka kapasitas produksi perusahaan dapat disesuaikan dengan kebutuhan (fleksibilitas dalam kapasitas), dapat dilakukan semacam pembagian tugas produksi sesuai dengan keunggulan anggota jaringan, sehingga proses produksi dapat dilakukan lebih efisien, dapat melakukan produksi yang besar melalui subkontrak/maklun ataupun melakukan konsorsium untuk sehingga dapat memenuhi permintaan yang besar dengan cara yang ekonomis

c. Jaringan Keuangan/Pembiayaan

Jaringan keuangan terutama menyangkut kerjasama, hubungan-hubungan dan akses ke sumber pembiayaan, baik lembaga keuangan bank, maupun non bank. Jaringan keuangan/pembiayaan ini tentunya diperlukan perusahaan terutama untuk pemenuhan kebutuhan modal perusahaan secara efektif dan efisien. Selain itu jaringan dengan lembaga keuangan diperlukan untuk kemudahankemudahan dalam melakukan transaksi bisnis.

PENUTUP

Simpulan

Dari hasil dan pembahasan kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang Pengelolaan Usaha Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Bagi Kelompok Peningkatan Usaha Rakyat (PKUR) Barokah Kelurahan Penggaron Kidul Kecamatan Pedurungan Kota Semarang yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan pelatihan tentang pentingnya pencatatan akuntansi dan penyusunan laporan sederhana, berjalan dengan baik dan lancar,
2. Pelatihan telah dilaksanakan secara lancar dan mendapat tanggapan yang baik dari peserta pelatihan, ini dapat dilihat dari aspek partisipasi, aspek motivasi, aspek kerja sama dan aspek inisiatif dari peserta.
3. Peserta dapat memahami dan mengaplikasikan tentang Pengelolaan Usaha Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Bagi Kelompok Peningkatan Usaha Rakyat (PKUR) Barokah Kelurahan Penggaron Kidul Kecamatan Pedurungan Kota Semarang.

Pengembangan lingkungan usaha yang kondusif bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dimaksudkan untuk meningkatkan daya saing UMKM dengan menciptakan peluang usaha seluasluasnya, serta menjamin adanya mekanisme pasar yang sehat. Dalam rangka penumbuhan lingkungan usaha yang kondusif bagi UMKM, maka diperlukan serangkaian kebijakan ekonomi makro, kebijakan sektoral dan kebijakan pembangunan daerah yang saling melengkapi, selaras dan sinergi dalam rangka memberdayakan UMKM. Perlu adanya upaya terpadu dalam peningkatan daya saing bagi UMKM. Upaya-upaya tersebut harus mereduksi kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh UMKM.

Langkah-langkah yang bisa ditempuh ialah :

- a) Peningkatan wawasan bisnis serta pengetahuan pengelolaan usaha
- c) Peningkatan produktivitas
- d) Perkuatan daya saing di pasar domestik
- e) Peningkatan daya saing berbasis pemasaran

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan Pengelolaan Usaha Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Bagi Kelompok Peningkatan Usaha Rakyat (PKUR) Barokah Kelurahan Penggaron Kidul Kecamatan Pedurungan Kota Semarang yang telah dilakukan, kami menyarankan untuk melakukan inovasi produk yang menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen, dan mengembangkan usaha yang dijalaninya, sehingga diharapkan menjadi usaha yang lebih besar disertai dengan pengelolaan usaha dan keuangan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Eugene F. Bringham and Joel F. Houston , (2012). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (Terjemahan). Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. (2011). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- Lynn.G.S. dan Lynn, N.M. 2009 Innorpreneurship, Probus Publishing Co
- Muti,T. 2011. Kewirausahaan yang berproses, Jakarta: Grasindo.
- Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi Edisi X, Direktorat Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 2016.
- Partomo, Titik S. & Soejoedono, A.R.2011. Ekoomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi. Jakarta: Gales Indonesia.

Suryana. 2010. Kewirausahaan, Peo,m Praktis, Kiat dan proses menuju sukses. Jakarta: Salemba Empat.

Stanton, William J. 2001. Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2011. Strategi Pemasaran. Yogyakarta. Andi Offset.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Yusuf, Nasrullah. 2011. Wirausaha dan Usaha Kecil Jakarta: Modul PTKPNF Depdiknas.