

**MANAJEMEN PENGELOLAAN USAHA YANG EFISIEN
PADA UD PERSADA UNGARAN**

Rudika Harminingtyas
rudikaharminingtyas@gmail.com

Maduretno Widowati
maduretno16@gmail.com

Daniel Kartika Adhi
daniel-adhi@yahoo.co.id

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara

ABSTRACT

UMKM serve as both the pillar and the driving force of the nation's economy. Additionally, there are a sizable number of UMKM in each region, and they can thrive in any economic climate. But they largely rely on gut feeling or business intuition to run their company, paying little attention to managerial issues. excellent and effective Counseling is therefore necessary, like at UD Persada Ungaran, a company that makes socks. The three components of extension are management, marketing, and technological issues. After counseling, UD Persada Ungaran employees responded favorably, and their abilities improved.

Keyword: *Counseling, Efficient management*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah istilah dalam khazanah ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi yang produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang No.20 tahun 2008. Dan UMKM merupakan tulang punggung ekonomi nasional, sekaligus ujung tombak perputaran ekonomi Dalam Negeri. Jumlah UMKM di setiap daerah tidak sedikit jumlahnya, mereka mampu bertahan dalam kondisi ekonomi yang sangat kritis sekalipun.

UMKM saat ini mampu menyerap 97% tenaga kerja, sedangkan usaha besar hanya 3%. Hal ini sangat membantu Pemerintah dalam penciptaan lapangan kerja. Tidak heran kalau Pemerintah saat ini sangat membantu kelangsungan hidup UMKM di Indonesia. UMKM ini diberi kelonggaran dalam menjalankan usahanya, tidak dikenai pajak, diberi kemudahan akses kredit ke bank dsb.

Akan tetapi kelompok usaha ini masih menghadapi berbagai tantangan untuk lebih berdaya saing.. Mereka menjalankan usahanya hanya berdasarkan insting atau intuisi bisnis kalau usahanya akan menguntungkan tanpa ada tinjauan aspek- aspek yang mempengaruhi keberadaan usaha yang dijalankan, terutama dalam hal manajemen pengelolaan yang baik dan efisien. Menurut Cespedes (1995), dalam menghadapi perkembangan jaman yang semakin cepat dan batas yang semakin tipis membuat manusia semakin menuntut untuk lebih diperhatikan secara customized.

Banyak faktor yang bisa mempengaruhi dan membuat suatu usaha dapat berkembang, misalnya meningkatnya keuntungan dan berkurangnya kerugian,,mendapatkan pelanggan baru, atau memperluas target pasar yang dimiliki. Dan menurut Domke –Damante & Levsen; 2002) mengatakan bahwa penggunaan teknologi baru serta manajemen operasi dengan baik dapat memberikan kemampuan perusahaan lebih efisien.

Untuk mewujudkan hal tersebut, sangatlah penting memiliki manajemen pengelolaan yang rapi dan sehat atau dengan kata lain memiliki manajemen pengelolaan yang efisien. Efisiensi merupakan hasil program-program bisnis yang dijalankan oleh perusahaan dalam kaitannya dengan jumlah Sumber Daya yang digunakan untuk program bisnis tersebut (Walker dan Ruekent; 2002).

Oleh karena itulah sangat penting diberikan penyuluhan tentang bagaimana manajemen pengelolaan yang efisien dalam menjalankan usaha atau bisnis agar usaha yang dijalankan kedepan tidak mengalami kerugian bahkan kebangkrutan dan senantiasa dapat berkembang dengan baik

Demikian juga usaha pembuatan kaos kaki di UD PERSADA yang beralamat di Jl.MT.Haryono No,10 D Ungaran ini perlu dibimbing dan dimotivasi untuk lebih mengembangkan usahanya. Dalam pengabdian kepada masyarakat ini akan diberikan penyuluhan berupa bagaimana menjalankan usaha yang benar dan efisien , ditinjau dari pengelolaan modal,tempat usaha, bahan baku, peralatan dan tenaga kerja., cara menghasilkan produk yang berkualitas sesuai tuntutan pasar, ditinjau dari model, harga dan bahan baku dan memotivasi pelaku usaha agar senantiasa mampu memanfaatkan perkembangan teknologi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengabdian

UD PERSADA Ungaran merupakan usaha yang sudah berjalan cukup lama. Pemilik tidak memiliki latar belakang pendidikan ekonomi, tapi bermodal semangat dan tekad yang besar dalam menjalankan usahanya karena jiwa wiraswasta yang dimiliki.. Oleh karena itu dalam pengabdian masyarakat ini akan berupaya memberikan solusi dengan memberikan :

1. Penyuluhan yang berkaitan dengan aspek Manajemen Pengelolaan.
2. Penyuluhan yang berkaitan dengan aspek Pemasaran.
3. Penyuluhan yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi.

Keberhasilan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilihat dari dua tolok ukur sebagai berikut :

1. Respon positif dari peserta penyuluhan dan pelatihan.
Respon peserta penyuluhan dan pelatihan diukur melalui observasi selama pelatihan berlangsung dan dengan mengadakan diskusi yang menyangkut kesan, saran, kritik dan usulan peserta setelah mendapat pelatihan terhadap pengabdian kepada masyarakat ini.
2. Meningkatnya ketrampilan peserta setelah mendapat pelatihan.
Ketrampilan peserta diobservasi saat penyuluhan dan pelatihan melalui tugas- tugas dan diskusi tentang permasalahan yang sering dihadapi.

PEMBAHASAN

Aspek manajemen

Satu hal yang tidak kalah penting adalah aspek manajemen, siapa yang menjadi pemimpinnya, berapa karyawannya, bagaimana pembagian tugas dan bagaimana memanaaj usaha ini yaitu dari membuat perencanaan sampai mengadakan kontrol terhadap usaha yang dijalankan.

Aspek Pemasaran

Pemasaran meliputi aktivitas –aktivitas yang berkaitan dengan penjualan, pengiklanan, promosi serta penentuan harga. Strategi pemasaran *Online* merupakan segala usaha (bisnis) yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media *online*, yakni media internet.

Walaupun mengalami perubahan, pemasaran tidak bisa melepaskan diri dari tiga komponen yang selalu menyertai, yaitu konsumen, kompetitor dan perusahaan. Ketiga komponen ini yang selalu ada dalam setiap pembahasan tentang pemasaran. Keberhasilan pemasaran suatu produk tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut. Banyak cara yang melakukan strategi pemasaran.

Dalam hal ini para peserta menjadi tahu siapa yang menjadi pasarnya atau pelanggannya. UD PERSADA Ungaran mempunyai pasar yang cukup luas mengingat pasarnya adalah masyarakat luas dan anak anak sekolah (mahasiswa). Disamping itu disekitar usaha ini belum banyak orang yang berusaha di bidang ini sehingga kesempatan untuk memperoleh pangsa pasar cukup besar.

Aspek Teknologi

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mulai digunakan tidak hanya untuk melakukan tukar informasi, berita, dan semacamnya, namun saat ini teknologi sudah mulai digunakan untuk merambah dan memajukan dunia bisnis. Teknologi informasi menjadi pendukung utama untuk memperoleh informasi dengan sangat cepat dan mudah. Melalui media ini mereka dapat memperoleh dan menyampaikan berbagai informasi yang dibutuhkan kapan dan dimana saja. Jejaring sosial networking sudah semakin maju yang saat ini bisa dikatakan sebagai fenomenal ,jejaring sosial dapat digunakan unkn berbagi informasi (untuk brand, konten edukasi, penawaran promosi, informasi event topik diskusi), foto, atau vidio, contoh Instagram dan Whatshap. Pengguna membentuk pertemanan dengan saling add atau connect. Dunia maya juga mampu dimanfaatkan untuk membuat seseorang tidak hanya bisa duduk diam tanpa penghasilan, namun dengan

internet mereka mampu mendapatkan penghasilan.

Berkembangnya internet banyak hal baru yang timbul ,salah satunya adalah pembelian atau belanja barang ataupun jasa secara online. Internet merupakan salah satu penemuan mutakhir era globalisasi di bidang teknologi informasi yang sangat menguntungkan semua manusia di seluruh dunia untuk berbagi informasi dan berkomunikasi, termasuk berbagi informasi produk atau jasa yang dijual. Internet saat ini dirasa bisa menjadi solusi pemasaran yang sangat bagus karena bisa diakses oleh orang dalam waktu yang tanpa batas dan bisa diakses oleh orang lain darimana saja berada.

PENUTUP & SIMPULAN

Dari kegiatan penyuluhan ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Aspek Manajemen, pelaku usaha mengetahui bagaimana memanaj usahanya sehingga bisa membuat perencanaan, pelaksanaan sampai mengadakan pengendalian atas usaha yang dijalankan. Secara efisien.
2. Aspek Pemasaran, pelaku usaha dapat mengetahui dan menghitung pangsa pasarnya.
3. Aspek Teknologi, pelaku usaha paham d teknologi macam apa yang akan dipilih dan digunakan dalam usahanya.

Lampiran:





DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha DH., 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ketiga, Cetakan keempat, Liberty, Yogyakarta.
- Kotler, Philip, 2009, *Manajemen Pemasaran* , Edisi 13, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Stanton, William J. & Y. Lamarto, 1998, *Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Alsyouf, A., & Ishak, A. K. (2017). Acceptance of Electronic Health Record System among Nurses: The Effect of Technology Readiness. *Asian Journal of Information Technology*, 16(6), 412– 421.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fajrin, M. U., Tiorida, E., & Kunci, K. (2020). Faktor yang Memengaruhi Minat Perilaku Penggunaan Teknologi (Studi : Pengguna Aplikasi Video Conference selama Physical Distancing). *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 977–984..
- Fajrin, M. U., & Tiorida, E. (2020). Faktor yang Memengaruhi Minat Perilaku Penggunaan Teknologi (Studi: Pengguna Aplikasi Video Conference selama Physical Distancing) | Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 11(1), 26–PublicationsInc. <https://doi.org/10.1177/2055207619845831>
- KumparanTECH. (2020, June 19). *Survei Populix: Penggunaan Konferensi Online saat Pandemi Corona Naik 31,7%* - kumparan.com. <https://kumparan.com/kumparantech/survei-populix-penggunaan-konferensi-online-saat-pandemi-corona-naik-31-7-1tdtF2LMvmU/full>