

Dr. Ifada Rahmayanti, S.E., M.M., CHt.

MANAJEMEN *Dasar* BISNIS KULINER



MANAJEMEN
Dasar
BISNIS KULINER

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014
Tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

MANAJEMEN *Dasar* BISNIS KULINER

Dr. Ifada Rahmayanti, S.E., M.M., CHt.

Penerbit
litrus.

MANAJEMEN DASAR BISNIS KULINER

Ditulis oleh:

Dr. Ifada Rahmayanti, S.E., M.M., CHt.

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh

PT. Literasi Nusantara Abadi Grup

Perumahan Puncak Joyo Agung Residence Kav. B11 Merjosari

Kecamatan Lowokwaru Kota Malang 65144

Telp : +6285887254603, +6285841411519

Email: literasinusantaraofficial@gmail.com

Web: www.penerbitlitnus.co.id

Anggota IKAPI No. 340/JTI/2022



Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan I, Februari 2024

Co-writer: Luluk Ilma'nun

Editor: Nur Azizah Rahma

Perancang sampul: Syafri Imanda

Penata letak: Syafri Imanda

ISBN : 978-623-114-505-5

©Februari 2024

Perpustakaan Nasional RI. Katalog dalam Terbitan (KDT)

Ifada Rahmayanti

Andrologi Dasar / Penulis, Ifada Rahmayanti; Co-writer, Luluk Ilma'nun. -- Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup, 2024.

x + 260 hlm. ; 15,5x23 cm.

ISBN : 978-623-114-505-5

1. Manajemen. I. Judul. II. Ifada Rahmayanti.



Prakata

Dalam era globalisasi ini, industri kuliner menjadi salah satu sektor bisnis yang terus berkembang pesat. Bisnis kuliner tidak hanya sekadar menyediakan makanan, tetapi juga menciptakan pengalaman gastronomi yang memuaskan konsumen. Manajemen dasar bisnis kuliner menjadi kunci utama dalam mengelola segala aspek yang terlibat, mulai dari persiapan bahan baku, pengolahan, pemasaran, hingga layanan kepada pelanggan.

Manajemen bisnis kuliner melibatkan serangkaian keputusan dan strategi yang harus diambil dengan cermat agar bisnis dapat berjalan efisien, menguntungkan, dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, pemahaman yang mendalam tentang manajemen dasar menjadi landasan utama bagi para pelaku bisnis kuliner untuk menghadapi berbagai tantangan yang muncul.

Pentingnya manajemen dasar bisnis kuliner tidak hanya terletak pada aspek keuangan, tetapi juga melibatkan pengelolaan sumber daya manusia, inovasi menu, pemasaran yang efektif, dan pelayanan pelanggan yang prima. Dengan memahami prinsip-prinsip dasar manajemen, pelaku bisnis kuliner dapat menciptakan atmosfer yang menyenangkan, menghasilkan produk berkualitas, dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.

Melalui pendekatan ini, bisnis kuliner dapat tumbuh dan berkembang di tengah persaingan yang ketat. Oleh karena itu, artikel ini akan membahas berbagai aspek manajemen dasar bisnis kuliner, mulai dari perencanaan

strategis, pengelolaan operasional, hingga upaya membangun citra brand yang kuat. Dengan demikian, diharapkan pembaca dapat memahami betapa pentingnya penerapan manajemen yang baik dalam mencapai kesuksesan di industri kuliner yang dinamis ini.



Daftar Isi

Prakata	v
Daftar Isi	vii

Bab I

Konsep Dasar Manajemen Bisnis	1
Definisi Manajemen Bisnis.....	1
Sejarah Manajemen Bisnis.....	6
Manajemen sebagai Suatu Disiplin Ilmu dan Seni.....	10
Jenis-Jenis Manajemen.....	15
Urgensi Manajemen Bisnis.....	26

Bab II

Teori dan Manajemen Bisnis Islam	40
Teori Manajemen.....	40
Bisnis Islam.....	50
Manajemen Bisnis Islam.....	66

Bab III

Operasional Bisnis.....	70
Konsep Manajemen Operasional	70
Strategi Operasional.....	75
Fungsi dan Aktivitas Bisnis	80
Faktor-Faktor Produksi.....	86

Bab IV

Sistem Perekonomian	92
Pengertian Sistem Ekonomi	92
Macam-Macam Sistem Ekonomi	96
Sistem Perekonomian di Indonesia.....	98
Macam-Macam Sistem Ekonomi dan Perbedaannya.....	100

Bab V

Ragam Kepemilikan Bisnis dan Waralaba	102
Perusahaan Perorangan	102
Firma	107
Perseroan Komanditer	108
Perseroan Terbatas.....	110
Waralaba	114

Bab VI

Mengawali Bisnis Baru.....	120
Membangun Inovasi dan Kreativitas	120
Melihat Daur Hidup Produk (<i>Product Life Cycle</i>).....	126
Forecast Berdasarkan Pendapat (<i>Judgement Method</i>).....	130
Strategi Mendirikan Usaha.....	132

Bab VII

Etika dan Lingkungan Bisnis	134
Definisi Etika Bisnis	134
Prinsip-Prinsip Etis dalam Bisnis	145
Mengelola Etika Bisnis	148
Lingkungan Internal, Eksternal, Ekonomi, Pemerintah dan Industri dalam Bisnis.....	155

Bab VIII

Organisasi Bisnis	160
Definisi Organisasi Bisnis.....	160
Sistem Organisasi Bisnis	167
Sumber Daya Organisasi Bisnis.....	169
Lingkungan Organisasi Bisnis	170
Komponen Organisasi Bisnis	172
Bentuk Persekutuan Organisasi Bisnis	174

Bab IX

Fungsi Manajemen Organisasi Bisnis.....	180
Perencanaan (<i>Planning</i>)	180
Pengorganisasian (<i>Organizing</i>)	185
Pengarahan (<i>Directing</i>)	188
Pengawasan atau Pengendalian (<i>Controlling</i>)	190

Bab X

Risiko-Risiko Usaha Kuliner	198
Faktor-Faktor yang Memengaruhi Usaha Kuliner	198
Faktor Kritis dalam Usaha Kuliner.....	200
Faktor yang Memengaruhi Kegagalan dan Antisipasinya.....	203

Identifikasi dan Pembahasan Manajemen Risiko dalam Aspek Khusus.....	206
Identifikasi dan Mitigasi Risiko	210
Mengenal Resiko dalam Bisnis	213

Bab XI

Suplai Bahan Baku dan Pemasarannya.....	218
Ketersediaan Bahan Baku.....	218
Kinerja Rantai Pasokan Bahan Baku	225
Pemasok dan Cara Memperoleh Bahan Baku	227
Pengelolaan Persediaan Bahan Baku pada Usaha Kuliner.....	230
Aspek-Aspek Pemasaran dalam Usaha Kuliner	232

Bab XII

Keuangan dalam Konteks Bisnis Kuliner	235
Fungsi dan Manfaat dalam Perencanaan Keuangan Bisnis Kuliner.....	238
Menelaah Pembiayaan Usaha Kuliner dalam Skala Besar dan Menengah.....	239
Menelaah Pembiayaan Usaha Kuliner dalam Kriteria Mikro dan Kecil	240
Daftar Pustaka	246



Bab I

Konsep Dasar Manajemen Bisnis

Definisi Manajemen Bisnis

1. Manajemen

Secara etimologi, kata “*manajemen*” berasal dari bahasa Inggris, yaitu “*to manage*,” yang memiliki arti mengatur, mengurus, atau mengelola. Selain itu, dalam bahasa Latin terdapat kata “*manus*” yang memiliki makna tangan atau menangani (Rezky dan Asma, 2019). Hal ini menggambarkan bahwa manajemen melibatkan proses pengaturan dan pengelolaan sumber daya, tugas, atau kegiatan.

Seperti halnya dalam banyak bidang studi yang berhubungan dengan manusia, konsep manajemen seringkali sulit untuk didefinisikan dengan jelas. Para ahli memiliki perbedaan pandangan mengenai arti dan ruang lingkup manajemen. Beberapa pendapat ahli mengenai manajemen dapat dijelaskan sebagai berikut (Sadikin, Ali, dkk, 2020: 2):

- a. Menurut Haimann, manajemen dapat diartikan sebagai suatu fungsi yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan melalui kegiatan orang lain. Beliau menekankan pentingnya mengawasi usaha-usaha individu agar dapat mencapai tujuan bersama. Dalam konteks ini, manajemen dianggap sebagai suatu proses yang melibatkan koordinasi dan pengarahan terhadap upaya individu untuk mencapai hasil yang diinginkan.

- b. George R. Terry menyatakan bahwa esensi dari manajemen adalah pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dengan memanfaatkan kegiatan orang lain. Pernyataan ini menggambarkan bahwa manajemen bukan hanya sebatas suatu tugas administratif, tetapi lebih merupakan kemampuan untuk menggunakan sumber daya manusia dan mengarahkannya menuju pencapaian tujuan organisasi.
- c. Mary Parker Follett memberikan kontribusi dengan mendefinisikan manajemen sebagai suatu seni dalam mencapai tujuan melalui orang lain. Definisi ini mengandung konsep kerjasama dan partisipasi, di mana para manajer diharapkan untuk menggunakan keahlian mereka dalam memimpin orang lain untuk mencapai tujuan organisasi. Artinya, manajemen bukan hanya sekadar proses teknis, tetapi juga melibatkan aspek interpersonal dan kepemimpinan.
- d. James A.F. Stoner menggambarkan manajemen sebagai suatu proses yang melibatkan perencanaan, organisasi, kepemimpinan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha anggota organisasi. Dalam pandangan Stoner, manajemen bukanlah sekadar serangkaian tugas terpisah, melainkan suatu kesatuan yang dimulai dari perencanaan hingga pengawasan. Dengan demikian, mencapai tujuan organisasi melibatkan penggunaan efektif semua sumber daya yang ada dalam organisasi.
- e. Luther Gullick menyajikan pandangan bahwa manajemen bukan hanya sekadar praktik atau kegiatan, melainkan suatu bidang ilmu yang berusaha secara sistematis memahami alasan dan cara orang bekerja sama. Dalam definisinya, Gullick menekankan pentingnya memahami dinamika kolaborasi dan interaksi di dalam suatu organisasi. Oleh karena itu, manajemen diartikan sebagai bidang ilmu yang mendalami bagaimana dan mengapa orang-orang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Definisi ini menyoroti aspek analitis dan penelitian yang melibatkan interaksi manusia dalam konteks kerja.
- f. Robert L. Katz menghadirkan perspektif yang menempatkan manajemen sebagai suatu profesi yang memerlukan keterampilan

khusus. Menurut Kats, seorang manajer perlu memiliki tiga keahlian hakiki, yaitu kompetensi secara konseptual, sosial, dan teknikal. Kompetensi konseptual mencakup pemahaman terhadap konsep-konsep dasar dan abstrak, sementara kompetensi sosial melibatkan kemampuan dalam berinteraksi dan berkomunikasi secara efektif dengan orang lain. Di sisi lain, kompetensi teknikal mengacu pada penguasaan terhadap keterampilan dan pengetahuan spesifik terkait dengan pekerjaan atau industri tertentu. Dengan demikian, Kats menegaskan bahwa manajemen tidak hanya bersifat praktis, tetapi juga merupakan suatu profesi yang memerlukan persiapan dan keterampilan yang mendalam (Sampurno, 2009: 4).

Dari berbagai definisi yang telah disampaikan oleh para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah sebuah kombinasi antara seni dan ilmu yang melibatkan serangkaian kegiatan, yakni perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan terhadap sumber daya manusia. Tujuan utama dari manajemen adalah mencapai sukses dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dalam konsep yang lebih luas, manajemen juga diartikan sebagai suatu proses yang melibatkan pengaturan dan optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi. Proses ini dilakukan melalui kerjasama yang erat antara para anggota organisasi, dengan tujuan utama mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Sehingga, manajemen bukan hanya terbatas pada aspek pengelolaan sumber daya manusia, melainkan mencakup seluruh spektrum kegiatan yang terlibat dalam mencapai visi dan misi organisasi.

2. Bisnis

Bisnis dapat diartikan sebagai suatu rangkaian usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan maksud untuk menawarkan barang dan jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan atau laba. Secara esensial, bisnis tidak hanya berfokus pada aspek keuntungan semata, tetapi juga memiliki peran penting dalam menyediakan barang dan jasa yang turut berkontribusi pada kelancaran sistem

perekonomian. Dengan demikian, bisnis menjadi unsur integral dalam aktivitas ekonomi suatu masyarakat (Rafsandjani dan Rieza Firdian. 2017: 1).

Dalam konteks pemahaman lebih mendalam tentang bisnis, beberapa ahli menyampaikan berbagai pandangan dan pendapat mereka. Beberapa di antaranya mencakup yaitu sebagai berikut (Sadikin, Ali, dkk, 2020: 3):

- a. T. Chwee Huat memandang bisnis dalam arti yang sangat luas, menggambarkannya sebagai istilah umum yang mencakup semua aktivitas dan institusi yang terlibat dalam produksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Menurutnya, bisnis merupakan suatu sistem yang berperan dalam memproduksi barang dan jasa guna memuaskan kebutuhan masyarakat. Pendekatannya menyoroti peran integral bisnis dalam menyokong kehidupan sehari-hari dan menyediakan kontribusi terhadap keberlanjutan dan perkembangan masyarakat.
- b. Steinfeld melihat bisnis sebagai suatu lembaga yang memiliki fungsi utama menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Ia menekankan bahwa perkembangan lembaga bisnis akan beriringan dengan peningkatan kebutuhan masyarakat. Dalam perspektif ini, bisnis tidak hanya dipahami sebagai entitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai entitas sosial yang responsif terhadap dinamika kebutuhan masyarakat.
- c. Griffin dan Ebert menjelaskan bisnis sebagai aktivitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen. Mereka mengakui bahwa bisnis dapat dilakukan oleh berbagai jenis entitas, termasuk organisasi perusahaan dengan badan hukum, perusahaan dengan badan usaha, hingga individu tanpa badan hukum atau badan usaha seperti pedagang kaki lima. Definisi ini mencerminkan keragaman struktur dan karakter bisnis di berbagai tingkatan dalam masyarakat.
- d. Hughes dan Kapoor menyajikan perspektif bahwa aktivitas bisnis, melalui penyediaan barang dan jasa, memiliki tujuan utama untuk menghasilkan profit atau laba. Dalam konsep ini, mereka menegaskan bahwa keberhasilan suatu perusahaan dapat diukur melalui

perbandingan total penerimaan dengan total biaya pada suatu periode tertentu. Laba dianggap sebagai daya tarik utama yang mendorong kegiatan bisnis, menekankan aspek ekonomi sebagai pendorong utama dalam dunia bisnis.

- e. Menurut Allan Afuah, bisnis diartikan sebagai kegiatan usaha individu yang terorganisasi dengan tujuan menghasilkan dan menjual barang serta jasa untuk memperoleh keuntungan. Afuah juga menyoroti peran entrepreneur, yakni individu yang mengalokasikan uang dan waktu sambil menanggung risiko dalam menjalankan kegiatan bisnis. Pendekatan ini menegaskan aspek organisasi dan tujuan ekonomi dalam bisnis, dengan memfokuskan pada konsep entrepreneurship sebagai motor penggerak utama.
- f. Glos, Steade, dan Lowry melihat bisnis sebagai sekumpulan aktivitas yang diarahkan untuk menciptakan, mengembangkan, dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen. Definisi ini mencerminkan konsep kreativitas dan transformasi sumber daya dalam menciptakan nilai tambah bagi konsumen, menempatkan fokus pada inovasi dan pengembangan.
- g. Mahmud Machfoed mengartikan bisnis sebagai usaha perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba. Machfoed menekankan pada produksi dan penjualan barang atau jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam konteks ini, bisnis dianggap sebagai suatu aktivitas perdagangan yang dilandasi oleh prinsip laba.

Dari berbagai pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh perseorangan atau kelompok yang telah terorganisasi. Tujuan utamanya adalah memperoleh keuntungan atau laba melalui produksi dan penjualan barang atau jasa, dengan beragam aspek seperti organisasi, kreativitas, inovasi, dan perdagangan. Definisi-definisi tersebut merangkum kompleksitas dan keragaman bisnis sebagai fenomena yang melibatkan berbagai dimensi dalam mencapai tujuan ekonomi.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen bisnis adalah suatu disiplin ilmu dan praktik yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian,

pengkoordinasian, pengarahan, dan pengawasan sumber daya, termasuk manusia, finansial, teknologi, dan informasi, dengan tujuan mencapai kesuksesan dan efisiensi dalam mencapai tujuan organisasi. Manajemen bisnis tidak hanya merujuk pada aspek pengelolaan operasional dan sumber daya manusia, melainkan juga mencakup aspek strategis, inovasi, dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Dalam konteks ini, manajemen bisnis berfungsi sebagai pemandu untuk merencanakan dan mengarahkan upaya kolektif dalam mencapai visi dan misi perusahaan.



Bab II

Teori dan Manajemen Bisnis Islam

Teori Manajemen

Secara historis, teori manajemen muncul pada awal abad ke-19, saat industrialisasi mencapai puncaknya, terutama di dunia Barat. Sejak era industri hingga hari ini, ketimpangan sosio-ekonomi terus menjadi bagian dari proses industrialisasi, sementara perkembangan kapitalisme menjadi fokus studi yang semakin diminati. Dalam perkembangan sistem kapitalisme, teori manajemen berkembang pesat (Harto, Budi, dkk, 2021: 30).

Secara deskriptif, teori manajemen merupakan sebuah proses sosial dan figur sosial. Sebagai proses sosial, teori manajemen mencakup bagaimana organisasi dapat beroperasi secara efektif dan efisien. Sebagai figur sosial, teori manajemen melibatkan kelompok sosial, terutama eksekutif dan manajer, yang bekerja untuk menciptakan efektivitas dan efisiensi organisasi guna mencapai tujuan.

Lahirnya teori manajemen dipengaruhi oleh sejarah pemikiran managerial, dengan kontribusi utama dari praktisi, konsultan, dan akademisi. Kontribusi praktisi dan konsultan bersifat preskriptif dan praktis, sementara kontribusi akademisi cenderung analitis. Berikut merupakan teori-teori manajemen yang dijelaskan sebagai berikut (Harto, Budi, dkk, 2021: 32):

1. Teori Manajemen Klasik

Teori Manajemen Klasik muncul pada awal abad ke-18 dan 19, seiring dengan Revolusi Industri di dunia Barat yang fokus pada transformasi proses produksi dan pembentukan organisasi industri modern. Dalam buku “Manajemen Administrasi Perkantoran Modern,” Sukoco (2007: 4) menjelaskan bahwa pada periode ini, para tokoh masyhur mulai merumuskan gagasan-gagasan yang menjadi dasar bagi pengembangan teori manajemen klasik.

Manajemen klasik sendiri dapat dianggap sebagai fondasi dari ilmu manajemen secara keseluruhan. Secara definitif, teori manajemen klasik merupakan suatu ilmu pengetahuan yang berfokus pada pengelolaan kegiatan melalui proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian terhadap kegiatan anggota serta sumber daya lainnya. Tujuan utamanya adalah mencapai sasaran organisasi dengan efektif dan efisien.

Dalam konteks perkembangan teori manajemen klasik, beberapa tokoh masyhur seperti Henri Fayol dan Frederick Taylor muncul sebagai pelopor dengan kontribusi-kontribusi signifikan. Fayol, dengan prinsip-prinsip manajemennya, menekankan aspek organisasi dan fungsi manajerial, sementara Taylor, dengan Teori Manajemen Ilmiah, menitikberatkan pada efisiensi operasional dan peningkatan produktivitas melalui analisis ilmiah terhadap pekerjaan.

Sebagai fondasi ilmu manajemen, teori manajemen klasik terus berpengaruh dan memberikan landasan bagi perkembangan berbagai teori manajemen selanjutnya. Keseluruhan, pemahaman tentang teori manajemen klasik membawa kita ke akar-akar pemikiran yang membentuk landasan dasar bagi pengelolaan organisasi dalam konteks perubahan sosial dan industri pada masa Revolusi Industri.

Teori manajemen klasik didasarkan pada asumsi bahwa pekerja atau manusia memiliki sifat rasional, berpikir logis, dan melihat pekerjaan sebagai suatu kewajiban yang diharapkan. Premis ini mendasari pandangan bahwa organisasi beroperasi secara logis dan rasional, mengadopsi pendekatan ilmiah, dan berlangsung sesuai dengan struktur atau anatomi organisasi yang terstruktur dengan baik.

2. Teori Manajemen Ilmiah

Pada akhir abad yang lalu, terjadi Gerakan Manajemen Ilmiah yang mengubah paradigma manajemen secara fundamental. Para insinyur dari Amerika Serikat dan Eropa aktif mencari dan mengembangkan metode terbaru untuk mengelola perusahaan dengan lebih baik. Gerakan ini didorong oleh semangat inovasi dan keinginan meningkatkan efisiensi dalam mengelola bisnis (Harto, Budi, dkk, 2021: 38).

Pelopop manajemen ilmiah berkomitmen untuk menciptakan kerangka kerja yang optimal dalam aspek operasional perusahaan. Mereka menghadapi tantangan besar dan berfokus pada pengembangan metode untuk mengatasi berbagai masalah, seperti penjadwalan produksi, pengelolaan sumber daya manusia, dan pengendalian kualitas. Prinsip-prinsip ilmiah diterapkan sistematis untuk meningkatkan produktivitas dan mengurangi pemborosan di berbagai tingkatan organisasi.

Hasil dari gerakan ini adalah konsep-konsep manajemen ilmiah yang menjadi dasar praktik manajemen modern. Warisan berharga dari gerakan ini tidak hanya menciptakan perubahan pada masanya, tetapi juga terus memengaruhi pandangan dan pengelolaan bisnis hingga kini. Dengan landasan ilmiah yang kuat, Gerakan Manajemen Ilmiah membuka pintu menuju era manajemen yang lebih terarah, efisien, dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.

Dalam konteks ini, lahirnya manajemen ilmiah dipengaruhi oleh pengamatan terhadap beberapa variabel krusial, yang menjadi fokus perhatian dalam pengembangan konsep ini (Harto, Budi, dkk, 2021):

- a. Pentingnya peranan manajer atau pimpinan dalam menggerakkan dan meningkatkan produktivitas perusahaan menandakan bahwa kepemimpinan memiliki peran krusial dalam mengarahkan tim serta menciptakan lingkungan kerja yang mendukung peningkatan kinerja dan efisiensi organisasi.
- b. Proses pengangkatan dan pemanfaatan tenaga kerja yang didasarkan pada persyaratan-persyaratannya menekankan perlunya memiliki kriteria yang jelas dalam seleksi dan penempatan sumber daya manusia. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap

individu dipekerjakan sesuai dengan kualifikasi dan keahlian yang diperlukan.

- c. Tanggung jawab terhadap kesejahteraan pegawai atau karyawan menyoroti pentingnya perhatian terhadap aspek kesejahteraan individu dalam lingkungan kerja. Ini mencakup tidak hanya aspek fisik, tetapi juga dukungan terhadap keseimbangan kehidupan kerja dan kehidupan pribadi para karyawan.
- d. Kondisi yang cukup untuk meningkatkan produktivitas kerja menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti fasilitas kerja, teknologi, dan lingkungan kerja secara keseluruhan harus memenuhi standar yang memadai. Hal ini diperlukan agar para pekerja dapat bekerja secara optimal dan mencapai tingkat produktivitas yang diinginkan (Priyono, 2007: 3).

Manajemen ilmiah dapat diartikan sebagai pendekatan yang menggunakan metode ilmiah guna menemukan pendekatan optimal dalam menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan. Dalam konteks ini, penerapan metode ilmiah melibatkan analisis data, eksperimen, dan observasi untuk memastikan keputusan dan strategi yang diambil didasarkan pada bukti empiris dan logika rasional. Perlu diakui bahwa kelahiran teori manajemen ilmiah ini tidak terlepas dari kontribusi beberapa individu yang menjadi pelopor dalam mengembangkan konsep ini, mewujudkan landasan bagi penggunaan metode ilmiah dalam praktik manajemen.

3. Teori Pendekatan Sistem

Teori Pendekatan Sistem adalah suatu pendekatan analisis organisatoris yang menggunakan ciri-ciri sistem sebagai dasar untuk melakukan analisis. Pendekatan ini memungkinkan penerapan manajemen sistem dengan fokus pada ciri-ciri dasar sistem yang dapat memengaruhi perubahan dan gerakannya, sehingga keberhasilan suatu sistem dapat dipahami dan dioptimalkan (Harto, Budi, dkk, 2021: 47).

Pendekatan sistem, pada dasarnya, merupakan penerapan konsep sistem ilmiah dalam konteks manajemen. Dengan menggunakan pendekatan ini, upaya dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi perilaku dan keberhasilan suatu organisasi atau sistem. Metode ilmiah digunakan untuk menghindari kesimpulan yang terlalu

sederhana dan simplistik yang mungkin muncul dari pandangan searah terhadap suatu masalah yang disebabkan oleh penyebab tunggal.

Pentingnya pendekatan sistem terletak pada kemampuannya untuk memberikan landasan yang lebih luas dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku suatu sistem. Pendekatan ini juga memberikan dasar untuk memahami penyebab ganda dari suatu masalah dalam kerangka sistem. Dengan demikian, pendekatan sistem memberikan kontribusi penting untuk analisis dan perbaikan organisasi atau sistem secara holistik.

Eriyanto (2003), sebagaimana dikutip oleh Marimin dkk. (2006: 3), mengemukakan bahwa karena pemikiran sistem selalu mencari integrasi antar bagian melalui pemahaman yang komprehensif, maka diperlukan suatu kerangka pikir baru yang dikenal sebagai pendekatan sistem (*system approach*). Pendekatan sistem ini bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan dengan memulai proses identifikasi terhadap sejumlah kebutuhan, sehingga dapat menghasilkan operasi dari sistem yang dianggap efektif.

Dalam pendekatan sistem, terdapat dua ciri umum yang menonjol, yaitu (Harto, Budi, dkk, 2021):

- a. mencakup semua faktor penting yang diperlukan untuk mendapatkan solusi yang optimal dalam menyelesaikan masalah, dan
- b. menggunakan model kuantitatif guna mendukung pengambilan keputusan yang rasional.

Untuk beroperasi secara efektif, pendekatan sistem memiliki delapan unsur utama, meliputi metodologi untuk perencanaan dan pengelolaan, tim yang terdiri dari berbagai disiplin ilmu, pengorganisasian, disiplin untuk bidang nonkuantitatif, teknik model matematik, teknik simulasi, teknik optimasi, dan penerapan komputer.

Pentingnya pendekatan sistem dalam konteks ini adalah memberikan landasan untuk memahami interkoneksi antar bagian sistem dan mencapai solusi yang lebih holistik. Dengan melibatkan berbagai unsur, seperti model matematik, simulasi, dan teknologi komputer, pendekatan ini membantu dalam analisis, perencanaan, dan pengelolaan sistem secara efisien.

Selanjutnya, penting untuk memahami bahwa pendekatan sistem melibatkan metode tertentu dalam penyelesaian masalah, yang terdiri dari serangkaian tahapan dan langkah-langkah yaitu sebagai berikut (Harto, Budi, dkk, 2021):

- a. Bertujuan untuk mempersiapkan manajer agar mampu memecahkan masalah dengan menyediakan orientasi sistem. Langkah-langkahnya mencakup melihat perusahaan sebagai suatu sistem menggunakan model sistem umum, mengenali sistem lingkungan dengan menempatkan perusahaan dalam konteksnya, dan mengidentifikasi subsistem perusahaan berdasarkan area fungsional, tingkat manajemen, dan arus sumber daya.
 - b. Memiliki tujuan untuk mengidentifikasi, memahami masalah, dan memberikan umpan balik yang mencerminkan aspek positif atau negatif. Langkah-langkahnya termasuk berpindah dari tingkat sistem ke subsistem dengan setiap tingkat manajemen dianggap sebagai subsistem, menganalisis bagian sistem secara berurutan, mengidentifikasi solusi alternatif, mengevaluasi solusi tersebut, memilih dan menerapkan solusi terbaik, serta melakukan langkah-langkah tindak lanjut untuk memastikan efektivitas solusi.
4. Teori Pendekatan Kontingensi

Pendekatan Kontingensi, juga dikenal sebagai pendekatan situasional, adalah perspektif kontemporer dalam ilmu manajemen yang meyakini bahwa manajemen yang efektif adalah yang dapat disesuaikan dengan kondisi saat ini. Pendekatan ini menolak ide bahwa ada satu pendekatan manajemen yang mutlak dan dapat digunakan dalam semua situasi. Sebaliknya, tesisnya adalah bahwa prinsip-prinsip manajemen bergantung pada kondisi dan situasi yang dihadapi oleh manajer pada saat tertentu (Harto, Budi, dkk, 2021: 50).

Pendekatan kontingensi mencoba menerapkan berbagai pendekatan manajemen yang telah ada pada kehidupan nyata atau kondisi tertentu. Misalnya, jika hubungan manusiawi baik tetapi produktivitas rendah, maka teori manajemen klasik mungkin lebih sesuai. Namun, jika hubungan manusiawi rendah dan produktivitas tinggi, maka pendekatan hubungan manusia mungkin lebih tepat. Pendekatan ini

mengakui bahwa teknik manajemen yang efektif dalam satu situasi mungkin tidak efektif dalam situasi lain.

Dalam pendekatan kontingensi, tugas manajer adalah mengidentifikasi teknik khusus yang paling cocok diterapkan pada situasi tertentu untuk mencapai tujuan organisasi. Pendekatan ini menekankan bahwa tidak ada teknik manajemen yang universal yang dapat digunakan dalam setiap situasi. Sementara itu, teori-teori manajemen bertindak sebagai panduan bagi pelaku bisnis, namun implementasinya tidak selalu mudah dalam praktik pengelolaan organisasi atau perusahaan.

Dengan demikian, diperlukan suatu pendekatan yang mampu mengintegrasikan berbagai pikiran dan variabel yang dapat memengaruhi suatu perusahaan, dengan tujuan agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara efektif. Salah satu pendekatan yang dapat memenuhi kebutuhan ini adalah pendekatan kontingensi, yang bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik. Pendekatan ini memasukkan variabel-variabel lingkungan dalam analisisnya, mengakui perbedaan kondisi lingkungan yang memerlukan aplikasi konsep dan teknik manajemen yang berbeda.

Menurut Diningrum pada tahun 2014 dalam Harto, Budi, dkk (2021), pendekatan kontingensi muncul sebagai respons terhadap ketidakpuasan terhadap anggapan universalitas dan kebutuhan untuk mengakomodasi berbagai variabel lingkungan dalam teori dan praktik manajemen. Pendekatan ini merupakan cara untuk menerapkan konsep-konsep dari berbagai aliran manajemen dalam situasi kehidupan nyata, menjawab tantangan di mana metode yang efektif dalam satu situasi mungkin tidak berlaku dengan baik dalam situasi lainnya.

Pendekatan kontingensi, dikembangkan oleh berbagai pelaku usaha dari berbagai bidang keahlian, seperti manajer, konsultan, dan peneliti, menugaskan tugas manajer untuk mengidentifikasi teknik yang tepat untuk diterapkan pada situasi atau keadaan tertentu. Diningrum juga menjelaskan bahwa pendekatan ini dapat dianggap sebagai hubungan fungsional “bila - maka”, di mana lingkungan berperan sebagai variabel bebas yang memengaruhi variabel bergantung, yaitu berbagai konsep dan teknik manajemen.

Dalam kerangka konseptual pendekatan kontingensi, terdapat tiga bagian penting yang perlu diperhatikan, yaitu lingkungan, konsep-konsep dan teknik-teknik manajemen, serta hubungan kontingensi antara keduanya. Pemahaman terhadap hubungan-hubungan kontingensi ini memberikan pedoman bagi praktik manajemen yang efektif dan efisien.



Bab III

Operasional Bisnis

Konsep Manajemen Operasional

Manajemen Operasional (MO) dapat diartikan sebagai suatu sistem yang melibatkan serangkaian kegiatan dan aktivitas yang bertujuan menciptakan nilai pada produk, baik yang berupa barang maupun jasa, dengan menjalani proses transformasi dari input menjadi output. Dalam kerangka ini, aktivitas MO menjadi krusial dalam mengoptimalkan berbagai aspek produksi untuk memastikan bahwa produk atau jasa yang dihasilkan memenuhi standar kualitas dan dapat memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan (Saragi, 2020: 3).

Proses transformasi input menjadi output ini menjadi dasar bagi berbagai jenis produsen barang, mencakup sektor-sektor seperti elektronik, garmen, otomotif, dan sejenisnya. Di sisi lain, MO juga memberikan kontribusi yang signifikan bagi produsen jasa, termasuk namun tidak terbatas pada media massa, industri hiburan, lembaga pendidikan, serta layanan konsultan. Seiring dengan perkembangan dinamis pasar global, MO menjadi semakin penting untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya produksi, dan menjaga keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang bersifat cepat berubah.

Kegiatan MO tidak hanya terfokus pada proses internal perusahaan, tetapi juga mencakup hubungan dengan berbagai pihak, seperti pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis. Dengan memahami dan mengelola beragam faktor, termasuk manajemen sumber daya, perencanaan produksi, kontrol kualitas, serta inovasi teknologi, MO berperan dalam menentukan keberhasilan perusahaan dalam menciptakan, mengembangkan, dan mendistribusikan produk atau jasa secara efektif.

Peran MO menjadi semakin kompleks sejalan dengan kemajuan teknologi dan dinamika pasar. Penerapan strategi yang tepat dalam MO memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, meningkatkan fleksibilitas operasional, dan memberikan respon yang cepat terhadap permintaan pelanggan. Dengan demikian, Manajemen Operasional bukan hanya menjadi suatu keharusan bagi kelangsungan hidup bisnis, tetapi juga menjadi kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif dan pertumbuhan jangka panjang di era bisnis yang penuh tantangan ini (Saragi, 2020).

Dalam konteks penciptaan barang dan jasa (produk), setiap organisasi bisnis atau perusahaan secara umum melibatkan diri dalam pelaksanaan tiga fungsi utama yang menjadi pondasi integral bagi keberhasilan operasional mereka yaitu sebagai berikut (Saragi, 2020):

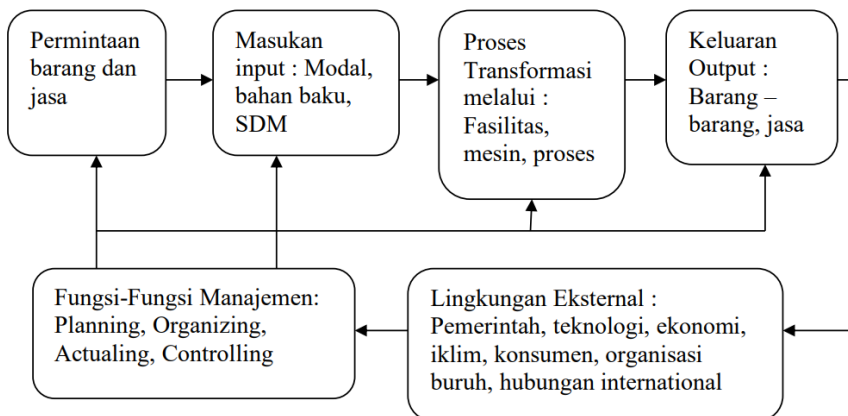
1. Terdapat Fungsi Pemasaran (Marketing Function), yang menjadi tulang punggung dalam mengelola hubungan dengan pasar. Fungsi ini tidak hanya berkaitan dengan penjualan produk, tetapi juga bertujuan untuk menciptakan permintaan yang berkelanjutan melalui strategi pemasaran yang efektif. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, perusahaan berusaha untuk mengembangkan produk yang sesuai dan membangun citra merek yang kuat, sehingga pada akhirnya produk tersebut dapat diperkenalkan dan disampaikan ke pasar dengan sukses.
2. Terdapat Fungsi Keuangan (Finance Function) yang merangkul tanggung jawab manajemen keuangan di dalam perusahaan. Fungsi ini melibatkan manajemen dana, perencanaan anggaran, pemantauan arus kas, serta interaksi dengan pihak luar perusahaan seperti lembaga keuangan, investor, dan mitra bisnis lainnya. Melalui pelaksanaan fungsi keuangan yang efisien, perusahaan dapat mengelola risiko

keuangan, memastikan likuiditas yang memadai, dan menyediakan sumber daya finansial yang diperlukan untuk mendukung operasional harian serta pertumbuhan jangka panjang.

3. Fungsi Produksi atau Operasi (Operation Function) memegang peranan kunci dalam siklus hidup produk, terfokus pada penciptaan barang dan jasa yang menjadi inti kegiatan perusahaan. Dengan mengelola proses operasionalnya, perusahaan berupaya untuk meningkatkan efisiensi, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan memastikan kualitas produk yang memenuhi standar yang ditetapkan. Aktivitas ini melibatkan perencanaan produksi, pengelolaan rantai pasok, kontrol kualitas, serta penerapan teknologi dan inovasi untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing perusahaan di pasar.

Ketiga fungsi tersebut, yang saling terkait dan saling mendukung, menciptakan landasan yang kokoh bagi operasional keseluruhan perusahaan. Integrasi yang baik antara fungsi-fungsi ini menjadi kunci sukses bagi perusahaan untuk dapat secara efektif menciptakan, mengelola, dan menghadirkan produknya ke pasar dengan memberikan nilai tambah kepada pelanggan serta menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif.

Berikut merupakan ruang lingkup manajemen produksi dan operasi dalam diagram yang disajikan di bawah ini (Saragi, 2020):



Gambar Ruang Lingkup Manajemen Produksi dan Operasi

Pentingnya mempelajari Manajemen Operasional (MO) dapat dijelaskan sebagai berikut (Saragi, 2020: 4):

1. Pentingnya mempelajari Manajemen Operasional (MO) menjadi sangat nyata karena MO merupakan salah satu fungsi utama yang esensial dalam setiap jenis organisasi. Oleh karena itu, bagi mereka yang berperan dalam mengelola suatu organisasi, memahami konsep MO menjadi suatu keharusan tak terelakkan.
2. Memahami dan mempelajari MO memberikan wawasan mendalam terhadap seluruh proses yang terlibat dalam produksi baik barang maupun jasa. Melalui pemahaman ini, kita dapat menggali informasi yang sangat berguna terkait dengan berbagai aspek terkait, mulai dari manajemen sumber daya hingga pengelolaan kualitas produk atau jasa.
3. Mempelajari MO tidak hanya memberikan pemahaman tentang proses produksi, tetapi juga membuka wawasan terhadap peran kunci yang dimainkan oleh manajer operasional. Kejelasan mengenai tugas dan tanggung jawab mereka sangat penting, dan pengetahuan ini memiliki dampak signifikan terhadap efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan secara keseluruhan. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam terkait MO tidak hanya dianggap sebagai tambahan pengetahuan, tetapi juga sebagai investasi strategis yang dapat berkontribusi pada kesehatan dan keberlanjutan perusahaan.

Dengan demikian, bahwa Manajemen Operasional (MO) memegang peranan yang sangat penting dalam setiap organisasi. Fungsinya terletak pada kemampuannya untuk mengelola secara efektif dan efisien dalam proses transformasi, di mana input dibuat menjadi output, sehingga menciptakan nilai tambah pada produk atau jasa yang dihasilkan. MO berperan sebagai pilar utama yang mengarahkan dan memastikan berlangsungnya kegiatan operasional dengan optimal, membantu organisasi untuk memenuhi standar kualitas, meningkatkan produktivitas, serta merespon dinamika pasar dengan baik. Sebagai suatu disiplin, Manajemen Operasional menjadi landasan strategis yang mendukung pencapaian tujuan bisnis dan menjaga daya saing organisasi dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang.



Bab IV

Sistem Perekonomian

Pengertian Sistem Ekonomi

Istilah “sistem” mengandung akar kata dari bahasa Yunani, yaitu “systema,” yang memiliki interpretasi sebagai “keseluruhan yang terdiri dari macam-macam bagia.” Pada dasarnya, konsep sistem merujuk pada suatu entitas yang bersifat menyeluruh, melibatkan berbagai elemen yang beraneka ragam (Dahmiri dan Indrawijaya, 2017).

Lebih lanjut, Dumairy (1996: 28) menjelaskan bahwa suatu sistem, pada dasarnya, dapat dipandang sebagai suatu organisasi besar. Organisasi ini tidak hanya melibatkan berbagai subjek atau objek, melainkan juga melibatkan perangkat kelembagaan yang terstruktur dalam suatu tatanan tertentu. Dengan kata lain, sistem ini membentuk suatu kerangka kerja yang mengatur hubungan dan interaksi antara elemen-elemen penyusunnya.

Perlu dipahami bahwa suatu sistem tidak muncul secara spontan, melainkan sebagai hasil dari usaha manusia untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Keanekaragaman kebutuhan manusia yang sangat bervariasi menjadi pemicu munculnya berbagai sistem yang berbeda-beda. Dalam konteks ini, kebutuhan manusia yang bersifat dasar, seperti pangan, pakaian, dan tempat tinggal, menjadi dasar terbentuknya suatu sistem ekonomi. Sistem ekonomi, sebagai hasil dari upaya manusia, kemudian berkembang

dan beradaptasi sesuai dengan dinamika kebutuhan manusia yang terus berubah seiring waktu.

Definisi Sistem Ekonomi menurut beberapa ahli mencakup beragam pandangan, di antaranya (Dahmiri dan Indrawijaya, 2017):

1. Menurut Dumairy (1996: 30), konsep Sistem Ekonomi merujuk pada suatu kerangka yang mengatur dan menjalin hubungan ekonomi antar manusia, melibatkan seperangkat kelembagaan dalam suatu tatanan kehidupan. Dumairy menekankan bahwa sistem ekonomi tidak berdiri sendiri, melainkan memiliki keterkaitan dengan falsafah, pandangan, dan pola hidup masyarakat tempatnya beroperasi. Lebih lanjut, ia mengungkapkan bahwa sistem ekonomi sebenarnya hanya merupakan satu unsur dalam suatu supra sistem kehidupan masyarakat, menjadi bagian integral dari kesatuan ideologi kehidupan suatu negara.
2. Perspektif lain disajikan oleh Tom Gunadi (1985: 26) yang mendefinisikan Sistem Perekonomian sebagai suatu sistem sosial atau kemasyarakatan yang dipandang sebagai upaya keseluruhan sosial untuk mencapai kemakmuran. Dalam konteks ini, Sistem Perekonomian dipandang sebagai elemen integral dalam usaha bersama masyarakat untuk mencapai tingkat kesejahteraan yang diinginkan.
3. Suroso (1997: 7—8) dalam (Dahmiri dan Indrawijaya, 2017) menitikberatkan pada tujuan Sistem Ekonomi, menyebutkannya sebagai upaya untuk mengatur pertukaran barang dan jasa dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Lebih lanjut, ia menyimpulkan bahwa karena peningkatan kesejahteraan rakyat merupakan salah satu tujuan dari politik nasional, maka Sistem Perekonomian pada dasarnya merupakan bagian tak terpisahkan dari Sistem Politik Nasional.
4. Menurut Dumairy (1996: 30), konsep Sistem Ekonomi merujuk pada suatu kerangka yang mengatur dan menjalin hubungan ekonomi antar manusia, melibatkan seperangkat kelembagaan dalam suatu tatanan kehidupan. Dumairy menekankan bahwa sistem ekonomi tidak berdiri sendiri, melainkan memiliki keterkaitan dengan falsafah, pandangan, dan pola hidup masyarakat tempatnya beroperasi. Lebih lanjut, ia mengungkapkan bahwa sistem ekonomi sebenarnya hanya merupakan satu unsur dalam suatu supra sistem kehidupan masyarakat, menjadi bagian integral dari kesatuan ideologi kehidupan suatu negara.

5. Gregory Grossman dan M. Manu, dalam pandangan mereka, mendefinisikan Sistem Ekonomi sebagai suatu kumpulan komponen atau unsur yang melibatkan unit-unit dan agen-agen ekonomi, beserta lembaga-lembaga ekonomi. Mereka menegaskan bahwa dalam suatu Sistem Ekonomi, tidak hanya terdapat keterkaitan dan interaksi antara komponen-komponen tersebut, tetapi juga terjadi saling menopang dan mempengaruhi satu sama lain, mencapai tingkat tertentu yang memperkuat struktur sistem tersebut (Dahmiri dan Indrawijaya, 2017).
6. Kontribusi pemikiran dari Bapak Ekonomi, Adam Smith (1723 - 1790), menyatakan bahwa Sistem Ekonomi adalah bahan kajian yang memfokuskan pada upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup di masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan. Dalam perspektif Smith, Sistem Ekonomi tidak hanya menjadi suatu konsep analitis, melainkan juga menjadi landasan untuk memahami bagaimana manusia berusaha mencapai kesejahteraan di dalam suatu kerangka sosial (Rayi Kinasih, 2011) dalam Dahmiri dan Indrawijaya (2017).

Berdasarkan berbagai pemaparan mengenai sistem ekonomi dari berbagai sumber, dapat diambil kesimpulan bahwa sistem ekonomi merupakan suatu kerangka yang mengatur kondisi perekonomian suatu negara sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan negara tersebut. Setiap negara memiliki sistem perekonomian yang unik, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ideologi, kondisi masyarakat, situasi perekonomian, dan sumber daya alam yang berbeda-beda. Oleh karena itu, sistem ekonomi dapat diartikan sebagai rangkaian kegiatan produksi, konsumsi, dan distribusi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Perbedaan mendasar antara satu sistem ekonomi dengan sistem ekonomi lainnya terletak pada cara sistem tersebut mengatur faktor produksinya. Dalam beberapa sistem, individu diizinkan memiliki semua faktor produksi, sementara dalam sistem lainnya, pemerintah memegang kendali atas semua faktor tersebut. Sebagian besar sistem ekonomi di dunia berada di antara dua ekstrim tersebut. Selain faktor produksi, perbedaan dalam sistem ekonomi juga dapat dilihat dari cara sistem mengatur produksi dan alokasi sumber daya. Dengan demikian, kesinambungan dan perbedaan antara berbagai sistem ekonomi tercermin dalam kompleksitas cara

pengelolaan faktor produksi dan distribusi sumber daya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.



Bab V

Ragam Kepemilikan Bisnis dan Waralaba

Perusahaan Perorangan

Perusahaan perorangan, atau yang lebih dikenal dengan istilah usaha perseorangan, merupakan salah satu bentuk entitas bisnis yang cukup umum di Indonesia. Bentuk ini sering digunakan terutama untuk kegiatan usaha yang berskala kecil atau pada tahap awal pendirian bisnis. Pada umumnya, pemilik tunggal bertanggung jawab penuh terhadap kepemilikan, pengelolaan, dan pimpinan atas semua risiko serta aktivitas bisnis yang dijalankan (Harjadi dan Fatmasari, 2015).

Keunikan dari usaha perseorangan terletak pada fakta bahwa satu individu memiliki kendali penuh atas semua aspek bisnisnya. Sebagai konsekuensi dari tanggung jawab yang besar ini, pemilik perusahaan perorangan diharapkan untuk bekerja keras dan siap menghadapi setiap risiko yang mungkin timbul. Kondisi ini mengharuskan mereka untuk secara konstan memantau dan mengawasi operasional bisnisnya agar dapat mengambil keputusan yang tepat dan responsif terhadap perubahan kondisi pasar atau lingkungan bisnis.

Maka, wujud perusahaan perorangan mencerminkan komitmen dan kemandirian pemiliknya dalam mengelola bisnisnya. Meskipun

memberikan fleksibilitas dan kendali yang tinggi, namun juga menuntut tingkat keterlibatan dan pemantauan yang intensif demi menjaga kelangsungan serta keberhasilan operasional bisnis tersebut.

Keuntungan dari bentuk perusahaan perseorangan dapat dijabarkan lebih rinci sebagai berikut (Harjadi dan Fatmasari, 2015: 20):

1. Kebebasan Pengambilan Keputusan
Dalam perusahaan perseorangan, pemilik memiliki kebebasan penuh dalam mengambil keputusan. Tanpa perlu melibatkan proses konsultasi atau persetujuan dari pihak lain, pemilik dapat dengan cepat merespon perubahan situasi bisnis atau peluang yang muncul. Fleksibilitas ini memungkinkan adaptasi yang lebih responsif terhadap dinamika pasar.
2. Kepemilikan Penuh atas Keuntungan
Seluruh keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan menjadi hak pemilik sepenuhnya. Tidak ada pembagian laba kepada pihak eksternal atau pemegang saham lain, sehingga pemilik dapat menikmati hasil positif dari usaha tanpa adanya potongan atau pembagian keuntungan. Hal ini memberikan insentif yang kuat bagi pemilik untuk mengoptimalkan kinerja bisnisnya.
3. Kerahasiaan Perusahaan Terjamin
Struktur perusahaan perseorangan, yang cenderung berskala kecil, memastikan kerahasiaan perusahaan terjaga dengan baik. Dengan keterlibatan langsung dari pemilik dalam operasional bisnis, informasi strategis dan rahasia perusahaan dapat dijaga lebih efektif. Risiko bocornya informasi yang dapat merugikan perusahaan dapat diminimalkan, memberikan perlindungan lebih terhadap keamanan data dan strategi bisnis.
4. Struktur Organisasi yang Sederhana
Perusahaan perseorangan cenderung memiliki struktur organisasi yang sederhana. Keterlibatan langsung pemilik dalam pengambilan keputusan dan manajemen harian membentuk organisasi yang efisien dan responsif. Sederhananya struktur organisasi memudahkan komunikasi internal, mempercepat proses pengambilan keputusan, dan meningkatkan efektivitas operasional secara keseluruhan.

Keburukan dari bentuk perusahaan perseorangan dapat dijabarkan dengan lebih rinci sebagai berikut (Harjadi dan Fatmasari, 2015: 21):

1. **Tanggung Jawab Pemilik Tidak Terbatas**
Salah satu keburukan utama dari perusahaan perseorangan adalah bahwa tanggung jawab pemilik tidak terbatas. Ini berarti tidak ada pemisahan antara aset atau harta perusahaan dengan aset pribadi pemilik. Jika perusahaan mengalami kerugian atau memiliki kewajiban finansial yang besar, pemilik dapat secara pribadi bertanggung jawab untuk melunasi utang tersebut. Hal ini dapat menyebabkan risiko finansial yang signifikan bagi pemilik.
2. **Sumber Keuangan Terbatas**
Perusahaan perseorangan cenderung memiliki sumber keuangan yang sangat terbatas. Ketergantungan pada kemampuan finansial pemilik membuat perusahaan kurang fleksibel dalam mengakses sumber dana tambahan. Usaha untuk memperoleh modal dari luar atau melalui pasar keuangan terbatas, sehingga pertumbuhan atau pengembangan perusahaan dapat terhambat.
3. **Ketidakpastian Kelangsungan Usaha**
Kelangsungan usaha perusahaan perseorangan dapat menjadi tidak pasti, terutama ketika pemilik meninggal atau menghadapi hambatan hukum, seperti dipenjara. Pada saat itu, perusahaan mungkin terpaksa berhenti beroperasi karena tidak ada entitas hukum terpisah yang dapat melanjutkan aktivitasnya. Kondisi ini dapat menyebabkan ketidakpastian dalam menjaga keberlanjutan bisnis.
4. **Pengelolaan Manajemen yang Kompleks**
Dengan sifat usaha yang dilakukan sendiri oleh pemilik, pengelolaan manajemen menjadi lebih kompleks. Pemilik harus menangani semua aspek operasional, keuangan, pemasaran, dan sumber daya manusia sendiri. Kompleksitas ini dapat membebani pemilik dengan tanggung jawab yang berlebihan, dan sering kali dapat menghambat efisiensi dan fokus pada pertumbuhan bisnis yang lebih strategis.



Bab VI

Mengawali Bisnis Baru

Membangun Inovasi dan Kreativitas

Inovasi, sebuah konsep yang mengemuka dari kata Latin *innovationem*, merujuk pada suatu entitas yang baru dan sebelumnya tidak ada. Meskipun sebagian besar orang mungkin masih mengaitkannya dengan proses penciptaan teknologi baru, seperti penemuan telepon oleh Bell atau komputer personal oleh IBM, sebenarnya inovasi melibatkan lebih dari sekadar menciptakan produk atau teknologi baru. Penciptaan suatu produk atau teknologi yang baru hanya merupakan salah satu aspek dari dunia inovasi, dan perlu diingat bahwa bahkan penemuan yang tidak memiliki nilai komersial di pasar tidak dapat dianggap sebagai inovasi, melainkan lebih tepat disebut sebagai invensi (Awan Kostrad, 2022: 3).

Joseph Schumpeter, dalam tulisannya dalam Awan Kostrad (2022), mengemukakan bahwa sebuah invensi dapat dianggap sebagai inovasi hanya jika mampu diimplementasikan secara sosial dan memiliki nilai ekonomi. Oleh karena itu, tidak hanya penciptaan produk atau teknologi baru yang diutamakan, tetapi juga proses komersialisasi yang harus mengikuti untuk menciptakan dampak ekonomi yang signifikan. Dengan kata lain, inovasi tidak hanya berhenti pada tahap ide dan penciptaan, melainkan melibatkan langkah-langkah konkret untuk mengintegrasikan hasil inovatif ke dalam masyarakat.

Secara umum, inovasi dipandang sebagai faktor kunci di balik pertumbuhan ekonomi dan daya saing, baik tingkat perusahaan, wilayah atau daerah, maupun tingkat nasional. Saat ini, penelitian dalam bidang sistem inovasi cenderung fokus pada level makro, seperti sistem inovasi nasional, level meso untuk sistem inovasi regional, dan bahkan sistem inovasi sektoral. Selain itu, ada pula penelitian yang mengkaji sistem inovasi organisasi dan pengembangan teknologi, menyoroti peran kritis inovasi dalam konteks organisasional dan teknologi.

Inovasi bukan sekadar tentang menciptakan hal baru, tetapi juga melibatkan kemampuan untuk menerapkan kreativitas guna memecahkan berbagai persoalan dan menggali peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (*innovation is ability to apply creative solutions to those problems and opportunities to enhance or to enrich people's live*) (Awan Kostrad, 2022). Ini menegaskan bahwa inovasi merupakan suatu konsep yang melibatkan serangkaian langkah yang komprehensif, dimulai dari ide awal hingga implementasi dan dampak nyata dalam masyarakat.

Sedangkan secara sederhana, **kreativitas** dapat dijelaskan sebagai kemampuan untuk menciptakan gagasan-gagasan baru, menjadi sumber penting dalam menghadapi persaingan akibat perubahan lingkungan. Menurut Zimmer et al. (2009) dalam Awan Kostrad (2022), kreativitas melibatkan pengembangan ide-ide baru dan penemuan cara baru untuk melihat masalah dan peluang. Ini juga dapat diartikan sebagai kemampuan menciptakan produk baru, menemukan hubungan baru antara elemen yang sudah ada, dan menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya (Conny Semiawan, 1984).

Syafrizal Helmi Situmorang (2009) dalam Awan Kostrad (2022), (menyatakan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara untuk memecahkan masalah dan menghadapi peluang (*creativity is ability to develop new ideas and to discover new ways of looking at problems and opportunities*). Pemahaman tentang kreativitas melibatkan energi internal, proses kognitif, hasil produk, dan sifat pribadi individu.

Dalam konteks pemecahan masalah, kreativitas dimulai dari ide sederhana yang efektif. Juan Huarte menyebutnya sebagai “*True creativity*,” tingkat kecerdasan tertinggi manusia, yang memungkinkan menciptakan

karya yang benar-benar baru dan belum pernah dikenal sebelumnya. Untuk memahami kreativitas lebih mendalam, empat aspek dapat dilihat yaitu sebagai berikut (Awan Kostrad, 2022: 26):

1. Kreativitas dapat dianggap sebagai kekuatan atau energi internal yang mendorong individu mencapai hasil terbaik dengan cara tertentu. Robert Franken mengidentifikasi tiga dorongan utama: kebutuhan untuk sesuatu yang baru dan lebih baik, dorongan untuk mengomunikasikan nilai dan ide, serta keinginan untuk memecahkan masalah.
2. Kreativitas adalah proses melibatkan pengelolaan informasi, tindakan, dan pembuatan sesuatu. Proses ini tercermin dalam kelancaran dan kelenturan berpikir individu.
3. Kreativitas dapat dianggap sebagai produk, seperti ide, karya tulis, atau barang. Penilaian terhadap kreativitas seseorang terkait dengan hasil produk yang dihasilkannya.
4. Kreativitas dapat diartikan sebagai sifat individual. Menurut Sternberg, individu kreatif mampu berpikir secara sintesis, melihat hubungan-hubungan yang tidak terlihat oleh orang lain, serta memiliki kemampuan menganalisis dan mengevaluasi nilai atau kualitas karya pribadinya.

Maka dalam membangun inovasi dan kreativitas dalam dunia bisnis merupakan suatu perjalanan yang melibatkan pemikiran dan tindakan yang proaktif. Keberhasilan seorang pebisnis tidak hanya ditentukan oleh kemampuan untuk menghadirkan hal-hal baru, tetapi juga oleh kemauan untuk menjalankan sesuatu yang sudah ada dengan cara yang segar dan inovatif, atau yang sering disebut sebagai “berpikir dan bertindak dengan cara baru pada hal yang sudah ada.” Dalam perencanaan bisnis, kegiatan yang menggali inovasi dan kreativitas menjadi kunci utama. Ini melibatkan manajemen interaksi dari berbagai proses dan memerlukan dukungan dari sebuah budaya yang mendorong pertanyaan dan eksperimen sebagai suatu kebiasaan (Harjadi dan Fatmasari, 2015: 40).

Pentingnya diingat bahwa inovasi bukanlah tanggung jawab eksklusif dari departemen R&D (Penelitian dan Pengembangan). Sebaliknya, inovasi seharusnya meresap ke setiap aspek dan lapisan perusahaan. Integrasi inovasi dalam semua proses dan menjadi bagian dari pola pikir setiap karyawan adalah kunci utama. Ini menunjukkan bahwa inovasi bukanlah

usaha yang terisolasi, tetapi merupakan upaya kolektif yang melibatkan partisipasi seluruh organisasi.

Sebuah budaya yang mendorong pertanyaan dan eksperimen adalah pondasi untuk menciptakan lingkungan yang mendukung kelahiran ide-ide baru dan pengembangan cara pandang yang kreatif. Dengan demikian, menciptakan budaya seperti ini menjadi suatu keharusan dalam upaya mencapai tingkat inovasi dan kreativitas yang optimal dalam dunia bisnis dalam membangun usaha baru.



Bab VII

Etika dan Lingkungan Bisnis



Bab VIII

Organisasi Bisnis

Definisi Organisasi Bisnis

Chester Bernard, dalam Harto (2021) seorang pakar manajemen terkemuka, menjelaskan bahwa suatu organisasi bisnis dapat dianggap sebagai suatu sistem yang terbuka. Dalam konteks ini, organisasi beroperasi dalam lingkungannya dan terlibat dalam interaksi dinamis dengan elemen-elemen di sekitarnya. Konsep ini menggambarkan bahwa organisasi tidak berdiri sendiri, melainkan terhubung dengan lingkungannya, yang mencakup stakeholder, pasar, pesaing, dan faktor-faktor eksternal lainnya. Dengan sifat terbuka ini, organisasi bisnis cenderung menerima pengaruh dari lingkungannya, dan sebaliknya, berkontribusi pada dinamika lingkungan yang melingkupinya (Harto, Budi, dkk, 2021: 89). Berikut ini merupakan gamabar organisasi sebagai sistem terbuka:



Gambar Organisasi Sebagai Sistem Terbuka

Apabila suatu organisasi dipandang sebagai suatu sistem terbuka, konsep tersebut merujuk pada kemampuan organisasi bisnis untuk menerima input yang mencakup berbagai elemen seperti bahan mentah, sumber daya manusia, modal, teknologi, dan informasi. Proses transformasi kemudian berperan dalam mengubah berbagai masukan ini menjadi produk jadi atau jasa melalui serangkaian kegiatan kerja yang dilaksanakan oleh karyawan. Dalam konteks ini, kegiatan manajemen dan metode operasi menjadi unsur krusial yang berkontribusi pada proses transformasi tersebut (Harto, Budi, dkk, 2021: 91).

Keluaran atau output yang dihasilkan oleh organisasi merupakan hasil dari proses transformasi tadi, dan mencakup produk atau jasa yang siap dikonsumsi, serta aspek-aspek lain seperti laba atau keuntungan perusahaan, informasi, tingkat kepuasan kerja karyawan, dan produktivitas. Dengan demikian, pemahaman mengenai sistem terbuka ini memberikan gambaran holistik tentang bagaimana organisasi berinteraksi dengan elemen-elemen di sekitarnya untuk mencapai tujuannya.

Selanjutnya, kesuksesan suatu organisasi tidak hanya ditentukan oleh efisiensi internalnya tetapi juga sangat tergantung pada tingkat interaksi efektif dengan lingkungannya. Lingkungan ini dapat mencakup berbagai pihak seperti pelanggan, pemasok, pemerintah, lembaga keuangan, dan entitas lainnya yang menjadi pihak yang relevan. Interaksi yang baik dengan pihak-pihak ini menjadi kunci keberlanjutan dan pertumbuhan organisasi, mengingat bahwa organisasi tidak dapat berdiri sendiri tanpa keterlibatan aktif dan responsif terhadap kebutuhan dan tuntutan dari lingkungannya. Oleh karena itu, aspek interaksi eksternal menjadi faktor kritis yang perlu diperhatikan dan dikelola secara efektif oleh suatu organisasi guna mencapai kesuksesan jangka panjang.



Bab IX

Fungsi Manajemen Organisasi Bisnis

Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan, yang berasal dari kata “rencana,” mengacu pada rancangan atau rangka sesuatu yang akan dikerjakan. Pengertian sederhana ini mengungkapkan beberapa komponen penting dalam perencanaan, yang melibatkan tujuan (apa yang ingin dicapai), kegiatan (tindakan-tindakan untuk merealisasikan tujuan), dan waktu (kapan kegiatan tersebut akan dilaksanakan). Keseluruhan perencanaan dapat diartikan sebagai respon atau reaksi terhadap masa depan, di mana apa yang direncanakan adalah serangkaian tindakan untuk periode yang akan datang.

Menurut Abe (2005), perencanaan adalah suatu proses yang melibatkan pemahaman dan penetapan tujuan, identifikasi kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut, serta penentuan waktu pelaksanaan kegiatan. Semua rencana ini secara intrinsik terkait dengan tindakan-tindakan di masa depan. Tjokroamidjojo (dalam Syafalevi, 2011) menekankan bahwa perencanaan, dalam arti seluas-luasnya, merupakan proses persiapan sistematis untuk kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan demi mencapai tujuan tertentu. Ia menyebutkan bahwa perencanaan adalah suatu cara untuk mencapai tujuan sebaik-baiknya dengan memanfaatkan sumber daya yang ada agar lebih efektif dan efisien.

Perencanaan bukanlah sekadar suatu langkah statis, melainkan sebuah proses kontinu yang mencakup dua aspek utama, yaitu formulasi perencanaan dan pelaksanaannya. Konsep ini dijelaskan oleh Listyansih (2014), yang menyatakan bahwa perencanaan tidak hanya mencakup penyusunan rencana, tetapi juga melibatkan implementasi dan eksekusi rencana tersebut. Dengan demikian, perencanaan menjadi alat yang efektif untuk mengontrol dan mengevaluasi jalannya kegiatan, karena rencana berfungsi sebagai panduan untuk pelaksanaan tindakan-tindakan yang telah direncanakan.

Menurut Terry, yang dikutip oleh Riyadi (2005), perencanaan merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memilih dan menghubungkan fakta-fakta, serta membuat serta menggunakan asumsi-asumsi untuk mengenal masa yang akan datang. Proses ini melibatkan kegiatan merinci dan merumuskan serangkaian tindakan yang diperhatikan dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan. Dengan kata lain, perencanaan melibatkan analisis fakta-fakta, asumsi mengenai masa depan, dan pemilihan kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Definisi perencanaan, seperti yang diutarakan oleh Uno (2006), dapat diartikan sebagai hubungan antara apa yang ada sekarang (*what is*) dengan bagaimana seharusnya (*what should be*). Dalam konteks ini, perencanaan memiliki keterkaitan dengan penentuan tujuan, prioritas program, dan alokasi sumber daya. Hal ini menegaskan bahwa perencanaan bukan hanya tentang meramalkan masa depan, tetapi juga tentang mengidentifikasi keadaan saat ini, merumuskan tujuan yang diinginkan, dan menetapkan langkah-langkah konkret untuk mencapai tujuan tersebut.

Menurut Syafie (2007) dalam Saputra dan Ali (2022), rencana adalah sejumlah keputusan yang menjadi pedoman untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam konteks ini, rencana mencakup serangkaian keputusan yang diperlukan untuk membimbing jalannya suatu kegiatan atau program guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Definisi ini menyoroti aspek pengambilan keputusan sebagai bagian integral dari proses perencanaan.

Perencanaan merupakan suatu konsep yang dapat diterapkan dalam berbagai bidang, meskipun tidak semua rencana memiliki fokus pada perencanaan pembangunan. Dalam konteks pembangunan, terutama terkait dengan kebijaksanaan pembangunan, peran pemerintah menjadi sangat penting sebagai pendorong pembangunan. Hal ini berkaitan dengan

definisi perencanaan yang menggambarkan upaya institusi publik untuk menetapkan arah kebijakan pembangunan di suatu wilayah, baik itu tingkat nasional maupun daerah. Keputusan perencanaan ini didasarkan pada analisis keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh wilayah tersebut.

Definisi-definisi tersebut menunjukkan bahwa perencanaan pembangunan bukan hanya sekadar serangkaian langkah teknis, melainkan melibatkan kebijakan dan arah strategis yang harus diambil oleh pemerintah untuk memajukan suatu wilayah. Keunggulan dan kelemahan suatu wilayah menjadi dasar untuk merumuskan rencana pembangunan yang berkelanjutan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat.

Dengan merangkum definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa perencanaan adalah suatu rangkaian keputusan yang dibuat sebagai panduan atau patokan dalam pelaksanaan kegiatan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan sumber daya yang tersedia, baik itu berupa dana, tenaga kerja, maupun aspek-aspek lainnya yang relevan dengan tujuan pembangunan yang diinginkan. Sebagai contoh, perencanaan pembangunan dapat mencakup berbagai sektor seperti infrastruktur, pendidikan, kesehatan, dan lain sebagainya, dengan tujuan akhir untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memajukan suatu wilayah secara keseluruhan.



Bab X

Risiko-Risiko Usaha Kuliner

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Usaha Kuliner

Usaha kuliner merupakan bagian integral dari sektor usaha di bidang jasa, menyediakan layanan makanan dan minuman kepada masyarakat umum. Faktor kunci yang memainkan peran penting dalam keberhasilan sektor ini adalah tamu atau pelanggan. Risiko terbesar yang dihadapi oleh industri ini adalah kepergian tamu atau pelanggan, yang dapat mengakibatkan penurunan keuntungan atau pendapatan hingga menciptakan ketidakseimbangan dengan biaya operasional.

Terdapat sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha kuliner, yang perlu diperhatikan agar tidak kehilangan dukungan dari pelanggan. Beberapa faktor tersebut meliputi (Hidayat, 2019: 81):

1. Lokasi
Pemilihan lokasi yang strategis dapat berdampak besar pada daya tarik dan keterjangkauan restoran. Lokasi yang mudah diakses dan sesuai dengan target pasar dapat meningkatkan jumlah pelanggan potensial.
2. Promosi
Strategi promosi yang efektif dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang restoran atau rumah makan. Kampanye promosi yang kreatif dan terarah dapat menarik perhatian calon pelanggan dan mendorong kunjungan.

3. Mutu Produk dan Pelayanan

Kualitas makanan dan minuman yang ditawarkan serta pelayanan yang ramah dan efisien merupakan faktor kunci dalam mempertahankan pelanggan. Pengalaman positif ini dapat menciptakan loyalitas pelanggan jangka panjang.

4. Pertumbuhan Pelanggan

Menjaga pertumbuhan jumlah pelanggan adalah hal yang krusial. Strategi untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama dapat membantu mengatasi risiko tingginya tingkat pergantian pelanggan.

Dengan memperhatikan dan mengelola faktor-faktor ini, pemilik dan pengelola restoran atau rumah makan dapat meningkatkan peluang keberhasilan usaha mereka dan mengurangi risiko ditinggalkan oleh pelanggan.

Lokasi dianggap sebagai syarat utama yang harus dipenuhi oleh pengusaha atau calon pengusaha di bidang restoran dan rumah makan, menurut beberapa pihak yang kompeten. Lokasi-lokasi yang sering dikunjungi oleh orang memiliki peluang lebih besar untuk menarik pelanggan, seperti mal, pusat perbelanjaan, pusat bisnis, perkantoran, dan tempat-tempat lain yang ramai. Selain dari lokasi dengan tingkat kunjungan tinggi, lokasi yang strategis juga akan memudahkan pengunjung atau calon pelanggan untuk mencapai restoran atau rumah makan tersebut (Hidayat, 2019: 82).

Sebuah restoran tidak akan dapat menarik kunjungan rutin dari pelanggan jika tidak dikenal dengan baik oleh pembeli atau pelanggannya. Oleh karena itu, penting untuk memperkenalkan bisnis ini dengan baik kepada pelanggan atau calon pelanggan. Untuk menyampaikan pesan perkenalan dengan efektif, diperlukan suatu bentuk promosi yang efektif. Pemilihan media yang tepat juga menjadi kunci untuk mencapai target pasar. Namun, perlu diingat bahwa promosi seringkali memerlukan biaya yang signifikan yang mungkin tidak sebanding dengan pendapatan yang diperoleh. Oleh karena itu, diperlukan tindakan yang rasional dalam memilih media promosi.

Salah satu media promosi yang paling efektif adalah dari mulut ke mulut, yang melibatkan testimoni positif dari pelanggan kepada teman-temannya. Meskipun demikian, pendekatan ini dapat berlaku sebaliknya jika usaha

tersebut gagal membentuk citra positif. Oleh karena itu, perlu adanya upaya yang serius dalam membentuk dan memelihara citra positif agar promosi dari mulut ke mulut dapat berjalan efektif.

Mutu produk dan pelayanan tidak hanya merupakan faktor tunggal, melainkan hasil dari berbagai faktor yang berinteraksi. Oleh karena itu, pembahasan mengenai mutu produk dan pelayanan ini memiliki ruang lingkup yang sangat luas. Secara umum, mutu produk dan pelayanan memegang peran krusial dalam menentukan keberhasilan sebuah usaha di bidang restoran dan rumah makan.

Faktor-faktor penting yang memengaruhi mutu produk dan pelayanan ini dapat dimulai dari kualitas bahan baku yang digunakan, standar pengolahan, penyajian, hingga waktu yang diperlukan untuk menyampaikan kepada pelanggan. Semua elemen ini saling berinteraksi untuk menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan (Hidayat, 2019: 82).

Faktor lain yang turut berperan dalam menentukan keberhasilan usaha di bidang restoran dan rumah makan melibatkan lokasi yang strategis atau ramai dikunjungi orang, promosi yang efektif, dan mutu produk serta pelayanan yang prima. Kombinasi dari faktor-faktor ini akan sangat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan, pada gilirannya, akan berdampak langsung pada laju pertumbuhan pelanggan, yang menjadi faktor penentu laju pertumbuhan keuntungan dan kesuksesan usaha restoran dan rumah makan tersebut.

Dengan demikian, menjaga dan meningkatkan mutu produk dan pelayanan, bersama dengan strategi lokasi dan promosi yang baik, merupakan langkah krusial untuk mencapai keberhasilan dan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri restoran dan rumah makan.



Bab XI

Suplai Bahan Baku dan Pemasarannya

Ketersediaan Bahan Baku

Setiap usaha kuliner yang menggelar aktivitas produksi, tentu membutuhkan persediaan bahan baku. Dengan kehadiran stok bahan baku, diharapkan usaha kuliner dapat menjalankan proses produksi sesuai dengan permintaan atau kebutuhan konsumen. Sebaliknya, jika persediaan bahan baku mencukupi di gudang, diharapkan dapat memperlancar aktivitas produksi atau pelayanan kepada pelanggan, menghindari potensi kekurangan bahan baku.

Tujuan pengendalian persediaan mencakup beberapa aspek kunci yang dirinci sebagai berikut (Eric, 2016):

1. Menjaga agar barang dagangan jangan sampai kekurangan
Tujuan ini fokus pada upaya memastikan ketersediaan yang memadai dari barang dagangan. Dengan memonitor dan mengelola persediaan dengan efektif, usaha kuliner dapat menghindari kekurangan stok yang dapat berdampak negatif pada kemampuan usahanya untuk memenuhi permintaan pelanggan.
2. Menjaga agar usaha kuliner jangan sampai menghentikan kegiatan usahanya
Pengendalian persediaan juga bertujuan untuk mencegah terhentinya kegiatan usaha akibat kekurangan bahan atau barang yang diperlukan

dalam proses produksi. Dengan mengelola persediaan dengan baik, usaha kuliner dapat menjaga kelancaran operasionalnya.

3. Menjaga agar usaha kuliner jangan sampai mengecewakan langganannya

Tujuan ini menekankan pentingnya menjaga kepercayaan pelanggan dengan memenuhi janji pengiriman dan menjaga kualitas layanan. Dengan mengontrol persediaan, usaha kuliner dapat memastikan ketersediaan produk yang diinginkan oleh pelanggan, mencegah kekecewaan, dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

4. Mengatur jangan sampai jumlah pengadaan barang dagangan kekurangan atau kelebihan

Mengendalikan jumlah pengadaan barang dagangan merupakan langkah penting untuk menghindari risiko kekurangan atau kelebihan stok. Dengan mengatur pengadaan dengan cermat, usaha kuliner dapat mengoptimalkan persediaan sehingga tidak terjadi pemborosan atau kehilangan peluang ekonomi yang mungkin timbul dari pembelian dalam jumlah besar.

Persediaan bahan dalam jumlah besar dapat membawa sejumlah risiko dan masalah yang perlu diperhatikan, seperti berikut (Eric, 2016):

1. Risiko hilang dan rusak

Persediaan besar meningkatkan kemungkinan kehilangan atau kerusakan barang selama penyimpanan, yang dapat mengakibatkan kerugian finansial.

2. Biaya pemeliharaan dan pengawasan yang tinggi

Menyimpan persediaan dalam jumlah besar memerlukan biaya tinggi untuk pemeliharaan dan pengawasan. Ini mencakup biaya penyimpanan yang aman, kontrol kualitas, dan pemantauan kondisi barang.

3. Risiko usang

Persediaan yang tidak berputar dengan cepat dapat menjadi usang atau kadaluwarsa, yang dapat mengakibatkan penurunan nilai barang dan potensi kerugian.

4. Uang yang tertanam di persediaan terlalu besar

Investasi besar dalam persediaan dapat mengikat sejumlah besar modal perusahaan. Uang yang terkunci dalam persediaan mungkin bisa

digunakan untuk investasi atau kebutuhan operasional lain yang lebih mendesak.

Kelemahan jika persediaan bahan baku terlalu sedikit dapat melibatkan berbagai aspek yang dapat berdampak negatif pada operasional usaha kuliner. Berikut adalah jabaran dari setiap kelemahan tersebut (Eric, 2016):

1. Risiko kehabisan persediaan yang dapat merugikan usaha kuliner
Kekurangan persediaan bahan baku dapat menyebabkan risiko kehabisan, yang berpotensi merugikan usaha kuliner dengan menghambat kemampuan mereka untuk memenuhi permintaan pelanggan dan mempertahankan kelancaran proses produksi.
2. Menghambat kelancaran proses produksi dan mengakibatkan ketidakstabilan kualitas dan kuantitas produk
Jumlah persediaan yang kurang dapat menghambat kelancaran proses produksi, menyebabkan ketidakstabilan dalam kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan. Hal ini dapat berdampak pada reputasi usaha kuliner dan kepuasan pelanggan.
3. Frekuensi pembelian bahan baku yang tinggi justru memboroskan dana pengadaannya
Kekurangan persediaan dapat memaksa perusahaan untuk sering melakukan pembelian bahan baku dalam jumlah kecil, yang pada akhirnya dapat meningkatkan frekuensi pembelian dan memboroskan dana pengadaan.
4. Jarang mendapatkan diskon pembelian karena jumlah pembelian selalu kecil
Pembelian dalam jumlah kecil sering kali tidak memenuhi syarat untuk mendapatkan diskon atau harga khusus dari pemasok, sehingga usaha kuliner mungkin kehilangan peluang untuk mengoptimalkan biaya pembelian.
5. Pada umumnya wirausaha menggunakan cara tradisional dalam mengelola persediaan bahan baku, yaitu dengan memiliki persediaan minimal untuk mendukung kelancaran proses produksi
Wirausaha cenderung mengandalkan cara tradisional dengan menjaga persediaan minimal untuk mendukung kelancaran proses produksi. Meskipun dapat meminimalkan biaya penyimpanan, pendekatan ini

memenuhi standar tertentu, baik dari segi kualitas maupun keberlanjutan. Meskipun demikian, fokus utama dalam pengelolaan bahan baku lebih terorientasi pada mutu dan keberlanjutan, sehingga restoran dapat menawarkan hidangan berkualitas tinggi kepada pelanggan mereka.

Hingga saat ini, secara umum, masalah bahan baku dan ketersediaannya bukan menjadi kendala utama bagi restoran. Hal ini disebabkan oleh peran strategis restoran sebagai pasar utama bagi para pemasok. Ketersediaan pasokan yang andal dan kualitas bahan baku yang dijaga dengan baik menjadi prioritas untuk memastikan kelancaran operasional restoran dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, terciptanya hubungan simbiosis antara restoran dan pemasok bahan baku lokal turut mendorong pertumbuhan ekonomi lokal serta memperkuat keterkaitan antara sektor kuliner dan sektor pertanian di dalam negeri.



Bab XII

Keuangan dalam Konteks Bisnis Kuliner

Fungsi dan Manfaat dalam Perencanaan Keuangan Bisnis Kuliner

1. Fungsi Perencanaan Keuangan

Fungsi perencanaan keuangan sangat penting dalam mengelola uang secara efektif dan efisien sedini mungkin, dengan tujuan mencapai kesejahteraan keuangan yang terencana, matang, dan hati-hati. Perencanaan keuangan melibatkan kemampuan untuk memprediksi peristiwa masa depan secara lebih sering, menunjukkan perlunya adanya cara atau strategi keuangan yang mempertimbangkan prioritas dan mengabaikannya sesuai dengan kondisi individu atau keluarga (Ardian, Rizky dan Capah, 2023).

Dalam konteks individu atau keluarga, perencanaan keuangan melibatkan penyusunan daftar tujuan keuangan yang mencakup berbagai aspek, seperti peningkatan kesehatan, kecelakaan kerja, dan program dana hari tua. Proses perencanaan ini memerlukan kebijaksanaan dalam menentukan prioritas dan alokasi sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan adanya perencanaan keuangan yang baik, individu atau keluarga dapat memiliki panduan yang jelas untuk mencapai tujuan keuangan mereka.

Menurut Mashruwala (2018), perusahaan juga membutuhkan perencanaan keuangan untuk mencapai kemajuan dan mengelola kekayaan perusahaan dengan baik. Dalam konteks perusahaan, perencanaan keuangan melibatkan penyusunan arus kas sehingga tidak ada defisit dalam menangani keselamatan kerja, mempersiapkan dana pensiun, atau aspek keuangan lainnya. Dengan merencanakan secara cermat, perusahaan dapat mengelola risiko keuangan, mengoptimalkan kinerja keuangan, dan memastikan keberlanjutan operasional.

Perencanaan keuangan juga diakui sebagai kunci penting dalam memberikan arah dan tujuan yang jelas dalam kehidupan. Tanpa perencanaan keuangan yang baik, individu atau keluarga dapat menghadapi tantangan hidup yang lebih sulit karena kurangnya panduan untuk mengelola keuangan mereka dengan bijaksana. Meskipun demikian, hanya sedikit keluarga, bahkan di Indonesia, yang memiliki perencanaan keuangan apapun. Oleh karena itu, meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai perencanaan keuangan di masyarakat dapat menjadi langkah penting untuk menciptakan kehidupan keuangan yang lebih stabil dan berkelanjutan.

2. Manfaat Perencanaan Keuangan

Manfaat perencanaan keuangan bagi para pelaku usaha dapat diuraikan berdasarkan alasan-alasan yang disebutkan oleh Senduk (2015: 25) yaitu:

- a. Perencanaan keuangan menjadi penting bagi para pelaku usaha karena mereka memiliki tujuan keuangan yang ingin dicapai.
- b. Para pelaku usaha merasakan kebutuhan untuk melakukan perencanaan keuangan karena biaya hidup saat ini sangat tinggi.
- c. Kenaikan biaya hidup dari tahun ke tahun mendorong perlunya perencanaan keuangan bagi para pelaku usaha.
- d. Perencanaan keuangan menjadi krusial karena keadaan perekonomian tidak akan selalu baik bagi para pelaku usaha.
- e. Mengingat fisik manusia yang tidak akan selalu sehat, perencanaan keuangan menjadi langkah yang bijak bagi para pelaku usaha.
- f. Dalam menghadapi banyaknya alternatif produk keuangan, perencanaan keuangan menjadi suatu kebutuhan yang tak terhindarkan bagi para pelaku usaha.

Menurut Nofalia (2018), perencanaan keuangan bagi pelaku usaha memberikan sejumlah manfaat yang signifikan yaitu:

- a. Lebih mudah mencapai tujuan finansial
Perencanaan yang efektif menjadi kunci untuk mencapai tujuan finansial dengan lebih mudah. Dengan merancang strategi keuangan yang terorganisir dan ramah anggaran, segala aspek yang terkait dengan uang dapat dikelola dengan hati-hati dan teliti. Tanpa adanya strategi keuangan yang jelas, dampaknya dapat bersifat negatif. Melalui penerapan item pengeluaran, anggaran dapat diketahui dengan jelas, memungkinkan perencanaan yang lebih baik terkait dengan jumlah penghematan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan di masa depan.
- b. Menganalisis alokasi pengeluaran
Melakukan analisis alokasi pengeluaran menjadi langkah penting untuk menentukan seberapa banyak kebutuhan yang terkait dengan uang. Tak peduli seberapa besar penghasilan seseorang, tanpa pengawasan yang cermat terhadap pengeluaran, beberapa tuntutan keuangan dapat terabaikan. Penting untuk lebih spesifik dalam mengalokasikan pengeluaran, terutama bagi individu dengan keadaan ekonomi rata-rata.
- c. Bisa mencapai tujuan yang lebih tinggi
Perencanaan keuangan dapat membantu seseorang menentukan seberapa banyak pengeluaran yang dapat mereka keluarkan sesuai dengan pendapatan mereka. Individu yang kurang memiliki perencanaan keuangan cenderung bersifat boros, dan keuangan mereka menjadi sulit dikendalikan. Sebaliknya, orang dengan perencanaan keuangan yang baik mampu mengidentifikasi tujuan keuangan yang dapat dicapai dengan pendapatan mereka, memberikan arah yang lebih jelas dan terkendali terhadap pengeluaran dan investasi.
- d. Melindungi semua anggota keluarga
Keberadaan perencanaan keuangan keluarga menjadi sangat penting karena memberikan perlindungan terhadap setiap anggota keluarga terhadap kebutuhan mereka sendiri. Dengan merencanakan keuangan keluarga secara baik, keluarga dapat menabung

untuk pengeluaran masa depan seperti kepemilikan rumah, perawatan anak, dan pendidikan. Ini berarti bahwa melalui perencanaan keuangan, setiap anggota keluarga dapat merasa aman dan terlindungi secara finansial untuk memenuhi kebutuhan mereka.

- e. **Memperkecil anggaran hutang**
Seseorang yang telah merencanakan keuangannya dengan baik akan mampu membuat anggaran untuk masa kini dan masa depan. Dengan memiliki perencanaan keuangan yang terorganisir, individu dapat menyusun anggaran untuk mengatasi pengeluaran tak terduga. Hal ini berkontribusi pada penurunan risiko dan utang, serta meningkatkan tingkat organisasi keuangan secara keseluruhan.
- f. **Menyimpan uang untuk keperluan darurat**
Mempersiapkan uang tunai untuk keperluan darurat menjadi suatu keharusan, dan ini memerlukan perencanaan khusus untuk menangani potensi situasi darurat. Salah satu aspek dari perencanaan tersebut adalah pembuatan anggaran keuangan. Dengan adanya anggaran keuangan, seseorang dapat menyiapkan diri dengan uang tunai yang cukup untuk menghadapi keadaan darurat, membantu menghindari penumpukan hutang yang tidak terduga dan memberikan kestabilan finansial yang lebih baik.

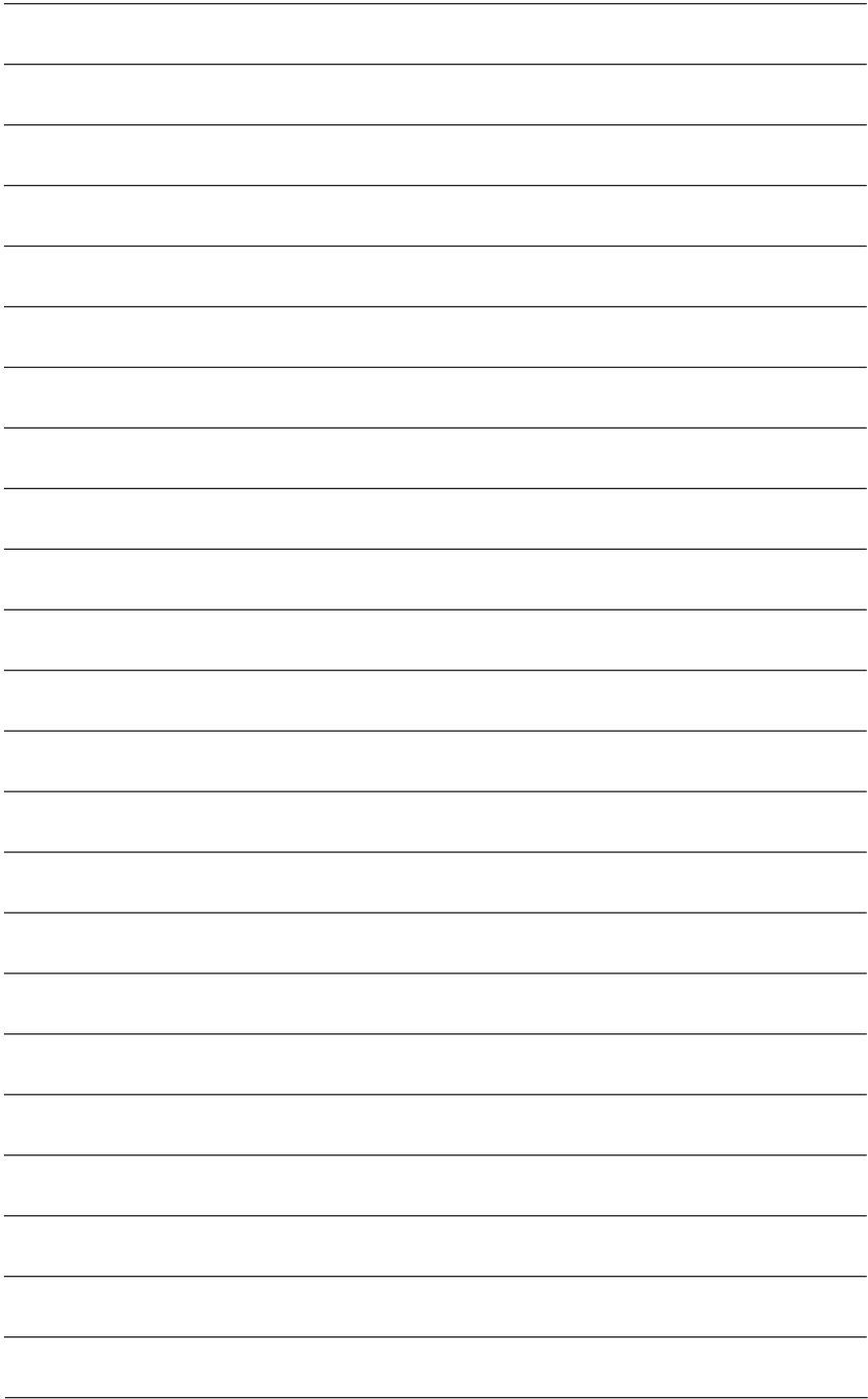


Daftar Pustaka

- Sadikin, Ali, dkk. 2020. *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- M. Rezky Naim dan Asma. 2019. *Pengantar Manajemen*. Jawa Timur: Penerbit Qiara Media.
- Sampurno Wibowo. 2009. *Pengantar Manajemen Bisnis*. Bandung: Politeknik Telkom.
- Rafsandjani dan Rieza Firdian. 2017. *Pengantar Bisnis Bagi Pemula*. Malang: CV. Kautsar Abadi.
- Harto, Budi, dkk. 2021. *Dasar Manajemen Bisnis*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Saragi, Sitio. 2020. "Modul Manajemen Operasional." *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma*.
- Dumairy. 1996. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Tom Gunadi. 1985. *Sistem Perekonomian menurut Pancasila dan UUD 1945*. Bandung: Angkasa.
- Dahmiri, D., & Indrawijaya, S. 2017. *Pengantar Bisnis*. Jambi: Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
- Harjadi, D., & Fatmasari, D. (2015). *Pengantar Bisnis: Teori dan Konsep*. Jawa barat: UNIKU Press

- Awan Kostrad. 2022. *Manajemen Inovasi dan Kreatifitas*. Yogyakarta: Penerbit Gerbang Media Aksara.
- Semiawan, Conny. 1984. *Memupuk Bakat dan Kreativitas Siswa Sekolah Menengah: Petunjuk Bagi Guru dan Orang Tua*. Jakarta: PT Gramedia
- Abe, Alexander. 2005. *Perencanaan Daerah Partisipatif*. Yogyakarta: Pustaka Jogja Mandiri.
- Syafalevi, D. 2011. "Perencanaan Pembangunan Melalui Musrenbang Di Desa Arangkaa Kecamatan Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud." *JURNAL POLITICO*, Vol.10 N0., 7. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/politico/article/download/31582/30167>.
- Listyansih. 2014. *Perencanaan Pembangunan*. Jakarta: Liberty.
- Riyadi Dan Bratakusumah. 2005: *Peran Masyarakat dalam Pembangunan*. Multigrafika, Jakarta.
- B. Uno hamzah. 2006. *Perencanaan pemberian pembelajaran*. Jakarta: Aksara.
- Saputra, F., & Ali, H. 2022. "Penerapan Manajemen Poac: Pemulihan Ekonomi Serta Ketahanan Nasional Pada Masa Pandemi Covid-19 (Literature Review Manajemen Poac)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 316-328.
- Hidayat, N. 2019. "Gurahnya Pembiayaan Kuliner Di Indonesia (Pendekatan Praktis Memahami Profil Bisnis, Sektor-Sektor Bisnis Di Indonesia." Yogyakarta: Penerbit Q-Media.
- Eric Damanik. 2016. *Pengertian Persediaan Bahan Baku*, e book, Kumpulan Ilmu.
- Mashruwala, G. (2018, Februari 4). Dipetik Desember 23, 2018, dari Fungsi Perencanaan Keuangan: <https://www.nhwealththassurance.wordpress.com>.
- Ardian, N., Rizky, C., & Capah, A. B. (2023, November). "Pengenalan Investasi dan Perencanaan Keuangan Jangka Panjang Bagi Masyarakat Desa Kwala Serapuh Kabupaten Langkat." In *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum* (Vol. 4, No. 2, pp. 117-122).

- Almunaware, N., A., Regar, M., P., Senduk. 2015, “Analisis Isi Berita Kontroversi Basuki Tjahaja Purnama Dalam Konteks Pengangkatan Gubernur DKI Jakarta Pada Surat Kabar Tribun manado”, *e-journal “Acta Diurna”*, Vol. IV, No.3.
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. 2018. Peran fintech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Indonesia (pendekatan keuangan syariah). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1).
- Nofalia, Ike. 2018. Modal: Pengertian, Jenis, Manfaat, dan Contohnya, diakses dari <https://www.finansialku.com/definisi-modal-adalah/>.



MANAJEMEN *Dasar* BISNIS KULINER

Dalam era globalisasi ini, industri kuliner menjadi salah satu sektor bisnis yang terus berkembang pesat. Bisnis kuliner tidak hanya sekedar menyediakan makanan, tetapi juga menciptakan pengalaman gastronomi yang memuaskan konsumen. Manajemen dasar bisnis kuliner menjadi kunci utama dalam mengelola segala aspek yang terlibat, mulai dari persiapan bahan baku, pengolahan, pemasaran, hingga layanan kepada pelanggan.

Manajemen bisnis kuliner melibatkan serangkaian keputusan dan strategi yang harus diambil dengan cermat agar bisnis dapat berjalan efisien, menguntungkan, dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, pemahaman yang mendalam tentang manajemen dasar menjadi landasan utama bagi para pelaku bisnis kuliner untuk menghadapi berbagai tantangan yang muncul.

Pentingnya manajemen dasar bisnis kuliner tidak hanya terletak pada aspek keuangan, tetapi juga melibatkan pengelolaan sumber daya manusia, inovasi menu, pemasaran yang efektif, dan pelayanan pelanggan yang prima. Dengan memahami prinsip-prinsip dasar manajemen, pelaku bisnis kuliner dapat menciptakan atmosfer yang menyenangkan, menghasilkan produk berkualitas, dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan.

Dalam buku ini penjelasan di atas terbagi dalam beberapa bab sebagai berikut.

- Konsep Dasar Manajemen Bisnis
- Teori dan Manajemen Bisnis Islam
- Operasional Bisnis
- Sistem Perekonomian
- Ragam Kepemilikan Bisnis dan Waralaba
- Mengawali Bisnis Baru
- Etika dan Lingkungan Bisnis
- Organisasi Bisnis
- Fungsi Manajemen Organisasi Bisnis
- Suplai Bahan Baku dan Pemasarannya
- Keuangan dalam Konteks Bisnis Kuliner

Penerbit
litrus.



✉ literasinusantaraofficial@gmail.com
🌐 www.penerbitlitrus.co.id
📧 @litruspenerbit
📞 literasinusantara_
☎ 085755971589

Manajemen

+17

ISBN 978-623-114-005-5



Harga Rp.17000,-

Rp00.000,-