

MATERI PKWH KELAS XII

Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari kata “manage” yang artinya mengatur, mengurus atau mengelola.

Manajemen dapat diartikan sebagai:

- Manajemen sebagai suatu proses
- Manajemen sebagai kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen
- Manajemen sebagai suatu seni (art) dan sebagai suatu ilmu pengetahuan (science)

Menurut George Robert Terry:

“manajemen adalah pencapaian tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu dengan menggunakan kegiatan orang lain yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penggerakan (actuating), dan pengendalian (controlling).

Tujuan manajemen:

- Untuk mencapai keteraturan, kelancaran, dan kesinambungan usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.
- Untuk mencapai efisiensi, yaitu suatu perbandingan terbaik antara input dan output.

Manajemen dapat dibedakan menjadi :

Ket:

“ Semakin tinggi jabatan seseorang, maka jumlah akan semakin sedikit, sedangkan tugas dan tanggung jawabnya akan semakin besar. Sedangkan semakin rendah jabatan seseorang, maka jumlah pemegang jabatan tersebut akan semakin banyak dan tanggung jawabnya semakin kecil.”

Fungsi Manajemen :

Perencanaan (planning).

Merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pemilihan alternatif-alternatif, kebijaksanaan-kebijaksanaan, prosedur-prosedur, dan program-program sebagai bentuk usaha untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.

4 (empat) tingkat kemampuan dasar dalam kegiatan perencanaan:

- Insight: kemampuan untuk menghimpun fakta dengan jalan mengadakan penyelidikan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang direncanakan.
- Foresight: kemampuan untuk memproyeksikan atau menggambarkan jalan atau cara-cara yang akan ditempuh, memperkirakan keadaan-keadaan yang mungkin timbul sebagai akibat dari kegiatan yang dilakukan.
- Studi eksploratif: kemampuan untuk melihat segala sesua secara keseluruhan, sehingga diperoleh gambaran secara integral dari kondisi yang ada.
- Doorsight: kemampuan untuk mengetahui segala cara yang dapat menyamakan pandangan, sehingga memungkinkan untuk dapat mengambil keputusan.

Planning jangka panjang memiliki 2 karakteristik utama, yaitu:

- Tujuan dan sasaran: merupakan dasar bagi strategi perusahaan
- Peramalan (forecasting) jangka panjang: langkah awal sebelum membuat perencanaan

Pengorganisasian (organizing)

Merupakan suatu tindakan atau kegiatan menggabungkan seluruh potensi yang ada dari seluruh bagian dalam suatu kelompok orang atau badan atau organisasi untuk bekerja secara bersama-sama guna mencapai tujuan yang telah ditentukan bersama, baik untuk tujuan pribadi atau tujuan kelompok dan organisasi.

Dalam pengorganisasian dikenal istilah KISS (koordinasi, integrasi, simplifikasi, dan sinkronisasi) dalam rangka menciptakan keharmonisan dalam kegiatan organisasi.

Pelaksanaan atau penerapan (actuating)

Merupakan implementasi dari perencanaan dan pengorganisasian, dimana seluruh komponen yang berada dalam satu sistem dan satu organisasi tersebut bekerja secara bersama-sama sesuai dengan bidang masing-masing untuk dapat mewujudkan tujuan.

Pengawasan (controlling)

Merupakan pengendalian semua kegiatan dari proses perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan, apakah semua kegiatan tersebut memberikan hasil yang efektif dan efisien serta bernilai guna dan berhasil guna.

Penerapan Fungsi Manajemen dalam Aspek Perusahaan

Pengelolaan fasilitas dan bahan baku

Fasilitas kantor maupun fasilitas produksi sangat diperlukan perusahaan untuk menunjang keberhasilan usaha. Kelengkapan fasilitas yang diperlukan perusahaan haruslah dapat menghemat biaya dan menambah efisiensi dalam menyelesaikan pekerjaan. Fasilitas haruslah dipelihara, karena:

- Akan memperpanjang umur ekonomis fasilitas tersebut
- Proses dapat berjalan lancar karena jarang terjadi kemacetan mesin
- Menghindarkan kemungkinan kerusakan berat/total dari fasilitas produksinya
- Kualitas produk dapat dipertahankan karena proses produksi selalu terkendali
- Dapat menekan biaya pemeliharaan fasilitas
- Aliran bahan baku dapat berjalan normal, maka biaya penyimpanan juga dapat ditekan.

Perbekalan produksi meliputi semua barang dan bahan-bahan baku yang dimiliki perusahaan dan digunakan proses produksi. Bahan adalah unsur yang melekat dan secara langsung terlibat pada produk yang bersangkutan.

Bahan dapat dibedakan atas dua: bahan baku dan bahan pembantu.

Bahan baku: bahan utama yang diproses atau diolah menjadi produksi jadi

Bahan baku yang dibutuhkan:

- Bahan baku untuk proses produksi
- Bahan baku setengah jadi

Bahan pembantu: bahan yang ditambahkan dan sifatnya hanya untuk melengkapi.

Bahan pembantu yang dibutuhkan:

- Bahan pembantu untuk proses produksi
- Bahan pengemas produk

Tujuan pengendalian persediaan adalah:

- Menjaga agar barang dagangan jangan sampai kekurangan
- Menjaga agar perusahaan jangan sampai menghentikan kegiatan usahanya
- Menjaga agar perusahaan jangan sampai mengecewakan langganannya
- Mengatur jangan sampai jumlah pengadaan barang dagangan kekurangan atau kelebihan

Kerugian jika persediaan bahan baku terlalu besar:

- Besarnya biaya penyimpanan yang ditanggung perusahaan
- Besarnya dana investasi yangb terserap pada persediaan bahan baku dapat menghambat alokasi dana investasi di bidang lain.
- Resiko kerusakan lebih tinggi yang dapat merugikan perusahaan yang bersangkutan bahan baku
- Kerugian bila penurunan harga bahan baku di pasaran

Kelemahan jika persediaan bahan baku terlalu sedikit:

- Kebutuhan proses produksi sering kurang
- Menghambat kelancaran proses produksi dan mengakibatkan ketidakstabilan kualitas dan kuantitas produk
- Frekuensi pembelian bahan baku sangat tinggi justru memboroskan dana pengadaannya.
- Jarang mendapatkan diskon pembelian karena jumlah pembelian selalu kecil

Untuk memperlancar pengadaan bahan baku yang ideal, wirausahawan dapat melakukan hal-hal sebagai berikut:

- Membuat daftar jenis-jenis bahan baku yang dibutuhkan, persyaratannya, dan jumlahnya
- Membuat jadwal, kapan bahan baku itu dibutuhkan oleh perusahaan.
- Mencari bahan baku yang dibutuhkan perusahaan dengan cara penawaran umum
- Melaksanakan pembelian bahan baku sesuai jadwal dan program perusahaan
- Melaksanakan penyimpanan bahan baku di dalam gudang milik perusahaan
- Menempatkan tenaga pelaksana proses produksi
- Menempatkan tenaga pengawas yang bertanggung jawab terhadap terlaksananya proses produksi yang sesuai dengan program perusahaan.

Barang dagang dipajang dalam bentuk window display, interior display, dan eksterior display

Metode penilalaian persediaan bahan baku di toko/perusahaan

1) Metode FIFO (first in first out)

Bahan baku yang lebih dulu ada dalam persediaan akan lebih dahulu digunakan dalam proses produksi secara urut. Apabila sejumlah unit bahan dengan harga beli tertentu sudah habis digunakan atau dijual, maka penggunaan/penjualan bahan berikutnya harganya akan didasarkan pada harga beli berikutnya.

2) Metode LIFO (last in first out)

Bahan yang terakhir dalam persediaan, justru akan lebih dahulu digunakan dalam proses produksi/lebih dahulu dikeluarkan.

Mendeteksi barang dagangan:

- Buku pembelian: buku pembelian tunai, pembelian kredit, dan buku persediaan barang
- Buku penjualan: buku penjualan tunai dan kredit
- Perlengkapan lainnya: buku voucher untuk mencatat pembayaran hutang, faktur penjualan dan nota, materai, kuitansi, dan surat jalan/pengantar barang
- Keamanan barang: a) check point/label elektronik, alat pengaman barang, b) kamera, alat pengaman, c) cermin yang dipasang di berbagai sudut toko/perusahaan.
- Tanggung jawab: petugas/karyawan/staf pimpinan toko memegang peranan penting

Mengelola Sumber Daya Manusia

Prinsip pengelolaan sumber daya manusia:

- Tenaga kerja dikelola bukan sebagai biaya tetapi sebagai asset atau kekayaan perusahaan yang utama
- Tenaga kerja sebagai individu yang memiliki integritas dan keinginan untuk berbakti pada perusahaan dan masyarakat lingkungannya.
- Tenaga kerja dikelola dalam rangka peningkatan kompetensi dan komitmennya pada pekerjaan dan pada perusahaannya.
- Tenaga kerja dikelola dengan orientasi pada pencapaian hasil yang dapat dipertanggungjawabkan.
- Tenaga kerja dikelola dengan fokus peningkatan kerjasama sebagai suatu tim kerja untuk mencapai kepentingan bersama.
- Tenaga kerja dikelola dalam rangka penciptaan dan atau peningkatan jaringan kerja (networking)

Langkah-langkah pengelolaan SDM yang bekerja di dalam perusahaan:

- Menentukan kebutuhan pegawai/karyawan dan tujuan yang akan dicapai perusahaan
- Mengadakan observasi dan penelitian tentang SDM
- Menyelesaikan masalah-masalah SDM di dalam perusahaan dengan menetapkan metode yang diperkirakan ada relevansinya dengan keperluan pengelolaan SDM yang berkualitas di dalam perusahaan
- Berdasarkan hasil pemilihan dan hasil percobaan terhadap SDM sebagai pegawai/karyawan di dalam perusahaan, akan ditemukan metode-metode atau alternatif penyelesaian pengelolaan SDM yang berkualitas sebagai tenaga kerja di dalam perusahaan
- Metode-metode yang telah dipilih dan diuji, terus dievaluasi berdasarkan hasil pengalaman wirausaha di dalam mengelola SDM di perusahaannya.
- Akhirnya, wirausaha melaksanakan metode pengelolaan SDM yang sudah ditentukan dengan menetapkan pelaksana-pelaksana atau petugas yang ada di perusahaan.

Tahapan-tahapan dalam membuat pengelolaan SDM meliputi: ramalan, sasaran, kebijaksanaan, program, faktor waktu, prosedur kerja, dan anggaran biaya.

Maksud dan tujuan pengelolaan SDM:

- Mendapatkan pegawai/karyawan dan membinaanya dalam rangka mendayagunakan SDM yang berkualitas didalam melaksanakan pekerjaannya
- Meningkatkan kreativitas, inovatif, prestatif, dan keterampilan kerja pegawai/karyawan di dalam perusahaan milik wirausaha
- Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang lebih baik, harmonis, dan serasi di antara para pegawai/karyawan, baik secara vertikal maupun horizontal

Pengembangan pengelolaan SDM dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan / pendidikan kepada karyawan agar mereka memperoleh kemampuan, ketrampilan, dan keahlian di dalam melaksanakan pekerjaan.

Peranan pengelolaan SDM:

- Pelaksana proses pengembangan usaha/bisnis
- Kunci maju mundurnya kegiatan usaha/bisnis
- SDM yang produktif, inovatif, dan prestatif
- Perencana dan pengatur organisasi di dalam perusahaan milik wirausaha
- Modal dasar pengembangan usaha atau bisnis
- Dinamisator pengembangan dan kemajuan usaha atau bisnis
- Pengendali proses produksi yang efektif dan efisien
- Penggerak manajemen usaha/bisnis
- Administrator kepegawaian di dalam perusahaan milik wirausaha
- Generator ketenagakerjaan di dalam perusahaan milik wirausaha

Tujuan penilaian SDM yang berkualitas:

- Pertimbangan untuk tambahan gaji/upah/bonus
- Menilai aktivitas, kreativitas dan inovatif pegawai/karyawan dalam melaksanakan tugas
- Menilai kemampuan, kecakapan dan keterampilan pegawai/karyawan dalam melaksanakan tugas
- Pertimbangan untuk promosi pegawai/karyawan perusahaan

Parameter penilaian dan pengelolaan SDM:

- Kejujuran pegawai
- Tanggung jawab dalam bekerja
- Keandalan dan kemahiran
- Kualitas pekerjaan
- Inisiatif, inovatif, dan presentatif
- Pemanfaatan waktu dalam bekerja
- Sikap pegawai terhadap perusahaan
- Pengetahuan pegawai terhadap perusahaan
- Kerjasama pegawai di dalam perusahaan
- Kehadiran dan kerajinan pegawai bekerja di dalam perusahaan

Pelaksanaan Pengelolaan SDM:

1) Latihan dan Pendidikan

Macam-macam latihan dan pendidikan:

- Latihan industri (industrial training): bertujuan membantu pegawai/karyawan dalam menyelesaikan pekerjaannya secara efektif dan efisien.
- Latihan tugas (job training): bertujuan memberikan instruksi kepada pegawai/karyawan guna melaksanakan tugas-tugas tertentu di dalam perusahaan
- Latihan supervisor (supervisor training): bertujuan untuk melatih pegawai/karyawan tentang bagaimana memeriksa dan mengawasi kegiatan pekerjaan dalam perusahaan
- Latihan manajemen (management training): bertujuan untuk melatih pegawai/karyawan yang memegang suatu jabatan tertentu di dalam perusahaannya, misalnya untuk menjadi sekretaris atau akuntan
- Latihan pengembangan pimpinan (executive development): bertujuan untuk pengembangan pimpinan/manajer perusahaan milik wirausaha agar mereka memperoleh kemampuan memimpin anak buahnya dalam rangka pengembangan usaha

2) Mutasi

Adalah kegiatan dari pimpinan perusahaan untuk memindahkan karyawan dari suatu pekerjaan ke pekerjaan lain yang dianggap setingkat atau sejajar.

Tujuan mutasi:

- Meningkatkan produktivitas kerja
- Mendayagunakan pegawai
- Mengembangkan kecakapan dan keterampilan pegawai
- Meningkatkan tenaga kerja ahli pada unit-unit yang membutuhkan dalam perusahaan
- Mengisi jabatan-jabatan yang belum terisi dalam perusahaan

Alasan perlu adanya mutasi:

- Menempatkan pegawai/karyawan yang tepat pada jabatan tertentu
- Meningkatkan prestasi kerja
- Menanamkan rasa senang dalam melaksanakan tugas/bekerja
- Menimbulkan rasa puas dalam bekerja
- Meningkatkan ilmu pengetahuan dan kecakapan pegawai
- Menghilangkan rasa jenuh atau bosan dalam bekerja

3) Promosi

Adalah: kenaikan jabatan yang lebih tinggi, baik kekuasaan maupun tanggungjawab seorang pegawai/karyawan dalam suatu struktur organisasi di perusahaan

Tujuan diadakannya promosi:

- Dapat meningkatkan semangat kerja

- Merupakan suatu penghargaan terhadap pegawai/karyawan yang cukup membanggakan
- Dapat menjamin stabilitas kepegawaian di dalam perusahaan
- Menanamkan rasa kepuasan di dalam bekerja
- Meningkatkan produktivitas
- Menambah harga diri yang kuat pada waktu bekerja
- Dapat meningkatkan kegairahan didalam bekerja
- Adanya motivasi ke arah prestasi para pegawai/karyawan

Manfaat evaluasi SDM melalui promosi sbb:

- Alat motivasi SDM
- Alat memperbaiki kesalahan pada waktu bekerja
- Alat untuk meningkatkan SDM dalam hal kecakapan, keterampilan, dan kemampuannya dalam bekerja

Mengelola proses produksi

Proses produksi adalah suatu kegiatan yang mengkombinasikan faktor-faktor produksi (man, money, material, method) untuk menghasilkan suatu produk.

Karakteristik proses produksi:

=Dilihat dari proses produksi=

- Produksi langsung, meliputi:
 - Produksi primer: produksi dari alam langsung, ex: perikanan, pertambangan, dsb.
 - Produksi sekunder: proses produksi yang memberikan nilai lebih dari barang yang sudah ada, ex: kayu untuk membangun rumah, jembatan, dsb.
- Produksi tidak langsung, yaitu; proses produksi yang hanya memberikan hasil dari keahlian atau produk dalam bentuk jasa, ex; kesehatan oleh dokter, perbaikan kendaraan oleh montir, dsb.

=Dilihat dari sifat proses produksi=

- Proses ekstraktif, yaitu proses produksi dengan mengambil langsung dari alam
- Proses analitik, yaitu proses produksi yang berupa kegiatan memisahkan suatu barang menjadi bermacam-macam barang yang hampir menyerupai bentuk aslinya.
- Proses fabrikasi, yaitu proses mengubah suatu bahan menjadi beberapa bentuk produk baru
- Proses sintetik, yaitu proses mengkombinasikan beberapa bahan ke dalam satu bentuk produk, atau sering disebut proses perakitan.

=Dilihat dari jangka waktu produksi=

- Proses terus menerus, yaitu proses produksi yang menggunakan fasilitas-fasilitas produksi untuk menghasilkan produk yang dilakukan secara terus menerus tanpa terpengaruh oleh

musim atau cuaca dan waktu. Sifat produknya beberapa jenis dan diproduksi dalam skala besar.

- Proses secara terputus-putus, yaitu proses produksi yang kegiatan produksinya berjalan tidak setiap saat, tetapi tergantung beberapa hal, misalkan produksi berdasarkan pesanan, prosukdi berdasarkan musim tertentu,dsb.

Sebelum melakukan kegiatan produksi, terlebih dahulu harus membuat rencana prosuk dan produksinya, terkait denngan persoalan mendasar yang harus dijawab, yaitu:

- 1) *What*, barang apa yang akan dihasilkan?
- 2) *How*, bagaimana cara produksinya dan
- 3) *How much*, berapa banyak yang akan dihasilkan

Perbedaan perencanaan produk dan perencanaan produksi:

Aspek	Perencanaan produk	Perencanaan produksi
Sasaran	Rencana tentang apa (what) dan berapa banyak (how much) yang dapat diproduksi perusahaan.	Rencana tentang apa dan berapa banyak y diproduksi perusahaan untuk waktu/proses tertentu.
Waktu	Jangka waktu penggunaan bersifat jangka panjang.	Jangka waktu biasanya untuk satu tahun l dan biasanya ada perubahan tiap bul
Manfaat	Berguna untuk menyusun layout pabrik, lingkungan kerja serta perekrutan tenaga kerja.	Berguna antara lain untuk menyusun sc produksi, menghitung kebutuhan bahan u bahan penolong, dan upah tenaga ke

Sebelum menetapkan langkah-langkah perencanaan produksi, setiap perusahaan harus mempertimbngkan hal-hal berikut:

- Jumlah kebutuhan produksi per produk untuk jangka waktu tertentu
- Kebijakan persediaan terhadap jumlah persediaan bahan baku/penolong, bahan setengah jadi dan bahan jadi.
- Kebijakan kapasitas mesin/ kapasitas produksi.
- Tersedianya fasilitas produksi yang memadai.
- Tersedianya bahan baklu, bahan penolong dna tenaga kerja.
- Jumlah produksi yang ekonomis.
- Jadwal produksi dalam satu periode anggaran tertentu.
- Skala produksi dan karakteristik proses produksi.
- Dana lain-lain, termasuk dampak dari lamanya proses produksi.

Aspek produksi lain yang harus diperhatikan:

- Lokasi produksi, yang paling efisien dan strategis baik bagi perusahaan/wirausaha dan konsumen/pelanggan
- Volume operasi, prediksi kebutuhan pasar akan produk yang dihasilkan.
- Mesin dan peralatan, yang sesuai dengan kemajuan teknologi produksi saat ini, dimana kapasitas produksi disesuaikan dengan luas produksi (tidak over kapasitas)
- Bahan baku dan bahan penolong dalam jumlah yang cukup.
- Tenaga kerja, seimbang dengan tingkat produksi.
- Tata letak/layout, harus tepat sehingga mengurangi kesalahan selama proses produksi berlangsung.

Sistem pengendalian produksi:

- Pengendalian proses produksi, menetapkan jenis dan jumlah produk yang akan diproduksi pada periode mendatang, teknik penyelesaian proses produksi, waktu dimulainya proses produksi, dan waktu penyelesaian proses produksi.
- Pengendalian bahan baku, kecukupan bahan baku untuk kelancaran kegiatan proses produksi, tidak boleh kosong, sangat sedikit atau terlalu banyak.
- Pengendalian tenaga kerja, keseimbangan antara pekerja dengan kebutuhan proses produksi, baik dari segi jumlah, waktu kerja dan keahliannya.
- Pengendalian biaya produksi, dengan menggunakan acuan BEP dan biaya yang relevan, sehingga tidak ada over cost.
- Pengendalian kualitas produk, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.
- Pengendalian pemeliharaan, mengacu pada sarana, prasarana dan fasilitas proses produksi yang baik dan teratur demi kelancaran proses produksi.

Pengendalian mutu produk

Unsur-unsur yang harus tersedia dalam pengendalian mutu produk, yaitu petugas pengawas produk, alat-alat standar untuk mengukur mutu produk, tempat-tempat produk yang perlu diawasi dan batas penyimpanan produk.

Tujuan pengendalian produk:

- Pengawasan terhadap bahan-bahan yang masuk ke pabrik
- Pengawasan terhadap tingkat kegiatan proses produksi
- Pengawasan terhadap produk yang sudah selesai sebelum dipasarkan
- Tes-tes produk dari konsumen
- Penyelidikan sebab-sebab kesalahan yang timbul selama proses produksi

Mengelola keuangan

Hal-hal yang wajib dipertimbangkan dalam mengelola keuangan:

- Membuat pembukuan yang teratur dan tertib, mencatat semua yang masuk dan keluar dengan rincian yang jelas tentang jumlah, asalnya, tujuannya, tanggalnya dan keterangan lainnya.

- Memeriksa keabsahan semua bukti pembayaran
- Memeriksa harta pribadi dan keuangan perusahaan
- Menentukan gaji para tenaga kerja, termasuk pemilik sendiri
- Membuat anggaran untuk tepat aspek keuangan dan membandingkan realisasinya
- Menggunakan jasa bank dengan sebaik-baiknya.

Pengelolaan keuangan yang baik dengan penyelenggaraan administrasi yang tertib, akan memberikan informasi:

- Jumlah laba yang diperoleh
- Posisi harta, utang dan modal perusahaan
- Kegiatan perusahaan seperti penjualan, pemasaran, utang, piutang, persediaan barang dagangan.
- Laporan pajak, laporan penghasilan, dsb.

Aspek-aspek pengelolaan keuangan:

1) Mengelola modal kerja

Modal kerja adalah dana yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan penghasilan langsung (current income) sesuai dengan tujuan didirikannya perusahaan pada suatu periode tertentu.

2) Mengelola piutang

Biasanya memberikan piutang jauh lebih mudah daripada penagihannya, oleh karena itu perusahaan harus pandai dalam membuat kebijakan agar piutang cepat terbayar. Misalnya, jika saat belum melunasi piutang-piutangnya maka pelanggan tidak dapat diberi piutang lagi.

3) Mengelola kas

Setiap perusahaan selalu membutuhkan uang tunai (kas) untuk menjalankan usahanya. Kas tersebut digunakan untuk membiayai operasional sehari-hari seperti pembelian bahan baku, upah pegawai, pembayaran utang.

Komponen-komponen yang perlu dipertimbangkan dalam pengelolaan keuangan:

- Kebutuhan dana, yaitu keseluruhan kebutuhan dana yang harus dipenuhi guna mendukung kelancaran kegiatan usaha, misalkan dana untuk aktiva tetap, modal kerja, pembiayaan awal, dsb.
- Sumber dana, dari mana dana itu diperoleh juga harus diperhatikan. Hal ini untuk menjaga agar kondisi neraca tetap dalam keadaan sehat, yaitu perbandingan antara kewajiban dengan modal yang tidak terlalu jauh. Sumber dana dapat diperoleh dari sumber internal dan eksternal.
- Proyeksi neraca, perlu diperhatikan bagaimana kondisi keuangan perusahaan, hal ini untuk mengetahui kekayaan perusahaan dan kondisi keuangan yang lain yang sangat

berpengaruh terhadap kegiatan usaha secara keseluruhan, misalnya kondisi saldo aktiva lancar, aktiva tetap, kewajiban jangka pendek, dan jangka panjang, kekayaan bersih dsb.

- Proyeksi laba rugi, sangat penting dalam memperkirakan kondisi laba rugi perusahaan pada masa yang akan datang. Komponen dalam proyeksi ini meliputi proyeksi penjualan, proyeksi biaya, proyeksi keuntungan, dsb.
- Proyeksi arus kas, meliputi arus kas masuk, kondisi arus kas keluar dan kondisi arus kas masuk bersih dalam satu periode produksi atau usaha.

Langkah-langkah pengelolaan keuangan usaha:

1. Menetapkan tujuan pengelolaan keuangan usaha
2. Menetapkan tingkat dan target efisiensi usaha
3. Mengembangkan pengelolaan keuangan usaha secara menyeluruh untuk memberikan peta peluang usaha pada masa mendatang
4. Mengevaluasi fakta dan data angka keuangan usaha
5. Mengevaluasi strategi kemajuan dan pengembangan pengelolaan keuangan usaha
6. Memeriksa kebenaran pengelolaan keuangan usaha dan merevisi jika ada kesalahan dan penyimpangan
7. Mendokumentasikan data-data dan fakta pengelolaan keuangan usaha

Mengelola administrasi

Merupakan kegiatan bersama yang terdapat di setiap perusahaan. Untuk mengetahui hal-hal yang perlu dicatat harus ditelusuri semua kegiatan usaha, kemudian dikelompokkan menurut jenis kegiatannya.

Kategori pengelolaan administrasi

Administrasi pengelolaan persediaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kartu barang 2. Metode pengelolaan barang 3. Buku inventaris pengelolaan barang 4. Metode penyimpanan barang 5. Tempat penyimpanan barang
Administrasi pembukuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buku untuk mencatat transaksi harian 2. Buku jurnal 3. Buku besar 4. Buku neraca (neraca saldo, lajur, dan perubahan) 5. Laporan laba-rugi
Sistem pembukuan dan administrasi perkantoran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem pencatatan surat menyurat 2. Data kepegawaian 3. Peraturan perusahaan 4. AD/ART

Sistem penunjang produksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buku inventaris peralatan dan perlengkapan p 2. Buku pengelolaan, pengawasan, dan perawatan peralatan produksi 3. Buku laporan produksi umum
---------------------------	---

Administrasi pembukaan usaha

Sistem pembukuan ada dua metode:

1) *System cash basis* (dasar tunai)

Yaitu sistem pembukuan yang mendasarkan pada transaksi tunai dan kas untuk menentukan pengakuan pendapatan, beban, atau biaya.

Penhasilan neto dihitung dari jumlah penerimaan kas dari penghasilan bruto dikurangi dengan jumlah pengeluaran kas untuk beban. Sistem akuntansi ini pembukuannya sangat sederhana dan banyak digunakan oleh para pengusaha kecil yang memiliki transaksi tidak terlalu banyak dan kompleks.

2) *System accrual basis* (dasar himpun)

Yaitu sistem pembukuan yang mendasarkan pada pengakuan pendapatan dan beban atau biaya sesuai periode atau tahun, artinya untuk menentukan laba usaha dengan cara menghitung semua pendapatan pada periode tertentu dikurangi dengan semua beban atau biaya pada periode yang bersangkutan.

Dalam sistem pembukuan ini semua prosedur dan teknik akuntansi dilaksanakan secara lengkap berdasarkan prinsip dan prosedur akuntansi.

Memasarkan produk

Pemasaran adalah serangkaian kegiatan manusia yang ditujukan untuk memperlancar serta menyempurnakan pertukaran (Philip Kotler)

Pentingnya pemasaran produk:

1. Menganalisis situasi lingkungan dan peluang pasar
2. Menetapkan strategi pemasaran produk/jasa
3. Mengembangkan sasaran pemasaran produk/jasa
4. Menciptakan taktik/tindakan pelaksanaan pemasaran produk.

Tujuan pemasaran produk:

1. Membawa kearah peningkatan koordinasi dalam pemasaran produk
2. Menetapkan standar prestasi untuk mengukur hasil pemasaran produk
3. Memberikan dasar yang logis untuk pengambilan keputusan dalam pemasaran produk.

4. Meningkatkan kemampuan untuk menghadapi perubahan-perubahan dalam pemasaran produk.
5. Memberikan pendekatan yang teratur bagi usaha, a.l:
 - Pengendalian di dalam usaha-usaha kegiatan pemasaran produk
 - Menjamin keserasian antara bagian-bagian yang terdapat di dalam perusahaan
 - Menyelaraskan kegiatan pemasaran produk
 - Menggunakan cara-cara berusaha dalam bidang pemasaran produk secara optimal.

Strategi pemasaran produk:

Salah satu strategi pemasaran produk adalah marketing mix, yaitu kombinasi empat variabel yang terdiri dari produk, tempat, harga, promosi.

- Strategi produk, mencakup masalah bentuk penawaran secara fisik, merk, pembungkus, garansi, dan servis setelah penjualan.

Dapat dilakukan dengan cara:

- Penetrasi pasar, strategi pemasaran untuk tetap bertahan pada produk semula, tetapi penjualannya diperbanyak
- Pengembangan produk, melakukan pembaharuan produk/memproduksi produk baru, akan tetapi dipasarkan pada pasar yang sama.
- Perluasan pasar, produk yang sama tetapi pasarnya diperluas.
- Diversifikasi, dengan cara membuat produk baru dan pasar baru.
- Place (tempat), yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Tempat meliputi antara lain channels, coverage, assortments, locations, inventory, and transport.
- Strategi harga, mencakup pertimbangan biaya,keuntungan, praktik persaingan, dan perubahan keinginan pasar.
- Strategi promosi, mencakup periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas.

Teknik pemasaran produk:

- Pemasaran langsung, langsung dari produsen ke konsumen, ex; produk kerajinan rumah tangga dan produk home industri.
- Pemasaran tidak langsung, pemasaran melalui perantara, ex; agen, pedagang besar, pedagang kecil, pedagang eceran, baru ke tangan konsumen.
- Pemasaran semi langsung, hanya menggunakan satu perantara, yaitu menggunakan saluran pedagang eceran.

Ruang lingkup riset pemasaran:

Riset pasar

1. Mengukur potensi pasar

2. Menganalisis pasar
3. Menyelidiki karakteristik pasar
4. Menganalisis besarnya penjualan
5. Memperkirakan besarnya permintaan akan produk baru
6. Penelitian potensi dari tiap-tiap daerah penjualan.

Riset barang

1. Meneliti barang-barang saingan
2. Menyelidiki barang-barang yang ada
3. Meneliti desain dan karakteristik pembungkusan
4. Menyelidiki product mix
5. Mengadakan penilaian dan pengujian pasar terhadap barang baru.

Riset penjualan

1. Penetapan dan kemungkinan perubahan daerah penjualan
2. Penelitian metode-metode penjualan yang ada
3. Membuat ramalan penjualan
4. Menganalisis kegiatan para penjual beserta kompensasinya
5. Meneliti saluran distribusi.

Riset ekonomi perusahaan

1. Melakukan peramalan jangka pendek dan jangka panjang
2. Menyelidiki perkembangan perusahaan
3. Menyelidiki kebijaksanaan gudang dan lokasi pabrik
4. Menyelidiki ekspor dan kegiatan internasional
5. Menyelidiki kegiatan karyawan perusahaan.

Pelaksanaan pemasaran produk:

Pedagang eceran

Ukuran penentuan keberhasilan wirausaha sebagai pengelola usaha di bidang pembuatan produk, yaitu produknya dapat dijual, laku, meningkatkan pemasaran, dan mendapatkan keuntungan.

Usaha jasa

1. Menyebarkan pamflet untuk memberi informasi tentang jasa yang ditawarkan
2. Memasang papan merk yang mencolok, menarik, dan dapat dibaca dari kejauhan.
3. Memasang lampu yang terang dan berwarna-warni
4. Melayani konsumen dengan menyenangkan
5. Mengadakan demonstrasi dengan cara pembuatan bidang usaha jasa
6. Memberi hadiah khusus bagi pembeli
7. Mengirimkan kartu lebaran/tahun baru kepada para pelanggan yang diketahui alamatnya.
8. Memberi potongan harga khusus bagi pelanggannya

Usaha pembuatan produk

1. Membuat produk yang berkualitas, bermanfaat, dan disenangi oleh pelanggan
2. Menentukan siapa saja, berapa jumlah dan dimana calon pembeli produk
3. Menyelidiki bagaimana perkembangan dan pergeseran selera/minat konsumen terhadap produk
4. Menyelidiki siapa dan berapa serta dimana pesaing dan calon pesaing, dan apa kelebihan dan kelemahan pesaing di usaha yang sama
5. Mengetahui kemampuan perusahaan, apakah mengikuti perkembangan teknologi atau tidak dan kemampuan karyawan dalam produksi
6. Mengetahui perkembangan proses pembuatan produk
7. Menyelidiki bagaimana pembungkusan produk selama ini, apakah sudah aman, menarik dan harganya relatif ringan.
8. Menyelidiki bagaimana kerja sama antara perusahaan dan penyalur selama ini, apakah lancar atau tidak.

Bentuk lain strategi pemasaran, a.l:

- Metode pusat pengaruh, yaitu menggunakan orang yang berpengaruh seperti pejabat pemerintahan atau ketua organisasi profesi, yang menjadi pusat pengaruh yang dapat dimanfaatkan oleh wiraniaga dalam menjual produk dan jasa.
- Metode spotter (hubungan antar teman), yaitu menggunakan orang yang dikenal sebagai teman dan menjadikan mereka sebagai sumber informasi, meskipun bukan sebagai pusat pengaruh
- Metode mata rantai, merupakan petunjuk dari pembeli yang puas dengan produk atau jasa yang dibeli dari suatu perusahaan melalui pelayanan wiraniaga.
- Metode observasi, yaitu memperoleh prospek melalui observasi, misalnya dengan melakukan pengamatan pada surat kabar lokal.