

MAKALAH
TEORI KEWIRAUSAHAAN MANAJEMEN USAHA

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Kuliah

Mata Kuliah : Kewirausahaan

Dosen Pengampu :

Ibu Prof. Dr. Sowiyah, M.Pd

Bapak Muhisom, M.Pd

Disusun Oleh :

Kelompok 4

Ananda Edhies Adelia (2313053036)

Desmara Afinda (2313053037)

Fitri Gautari (2313053041)

Catur Putri Purnaningrum (2313053045)

Dini Fadhilla Putri, AH (2313053054)

Artika Hidayah (2313053064)

Kelas 3B



PROGRAM S-1 PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2024/2025

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah Swt. yang mana telah memberikan kemudahan dalam membuat makalah ini. Sholawat teriring salam kita sanjung - agungkan kepada baginda nabi besar kita, Nabi Muhammad SAW.

Makalah yang berjudul Teori Kewirausahaan Pemasaran ini disusun untuk memenuhi salah satu tugas mata kuliah Kewirausahaan.

Kami mengucapkan terima kasih kepada Ibu **Prof. Dr. Sowiyah, M.Pd** dan **Bapak Muhsom, M.Pd.** selaku dosen mata kuliah Kewirausahaan yang telah memberikan tugas ini sehingga dapat menambah pengetahuan dan wawasan. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membagi sebagian pengetahuannya sehingga kami dapat menyelesaikan makalah ini.

Kami menyadari sepenuhnya bahwa makalah ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang kami miliki. Oleh karena itu, kami mengharapkan segala bentuk saran serta masukan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Kami berharap makalah ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan dunia pendidikan.

Metro, 24 September 2024

Kelompok 4

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	II
DAFTAR ISI	III
BAB 1 PENDAHULUAN	1.4
1.1 Latar Belakang Masalah	1.4
1.2 Rumusan Masalah.....	1.4
1.3 Tujuan	1.4
BAB 2 PEMBAHASAN	2.5
2.1 Pengertian Manajemen Usaha	2.5
2.2 Urgensi Manajemen Bisnis.....	2.5
2.3 Fungsi Manajemen Bisnis	2.6
2.4 Fungsi Oprasional Manajemen.....	2.10
BAB 3 PENUTUP	3.13
3.1 Kesimpulan	3.13
DAFTAR PUSTAKA	3.14

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam konteks pengembangan usaha, masalah manajemen sering kali muncul sebagai tantangan utama yang dihadapi oleh para wirausahawan. Kewirausahaan yang efektif memerlukan pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip manajemen, namun banyak pengusaha, terutama yang baru memulai, yang belum sepenuhnya memahami aspek-aspek ini. Beberapa faktor yang menjadi latar belakang masalah dalam manajemen usaha antara lain : Ketidak stabilan pasar, Sumber daya terbatas, Kurangnya pengetahuan dan keterampilan manajemen, Persaingan yang ketat, Perubahan teknologi, Komplikasi operasional.

Permasalahan-permasalahan tersebut dapat berdampak serius pada kelangsungan dan pertumbuhan usaha. Tanpa manajemen yang efektif, perusahaan berisiko mengalami kerugian, penurunan produktivitas, dan bahkan kebangkrutan. Oleh karena itu, penting bagi pengusaha untuk memahami dan mengimplementasikan teori serta praktik manajemen usaha yang baik sebagai solusi untuk mengatasi tantangan ini.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa pengertian manajemen usaha?
2. Bagaimana urgensi manajemen bisnis?
3. Apa fungsi manajemen bisnis?
4. Apa fungsi operasional manajemen bisnis?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui pengertian manajemen usaha
2. Untuk mengetahui urgensi manajemen bisnis
3. Untuk mengetahui fungsi manajemen bisnis
4. Untuk mengetahui fungsi operasional manajemen bisnis.

BAB 2 PEMBAHASAN

2.1 Pengertian Manajemen Usaha

Manajemen usaha, bisa juga disebut manajemen bisnis adalah proses di mana perusahaan merencanakan, mengatur, mengarahkan dan mengendalikan kegiatan dan sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuannya dengan cara yang efektif dan efisien dalam lingkungan yang selalu berubah. Ini adalah proses mengawasi dan mengendalikan urusan bisnis organisasi.

Manajemen usaha juga melibatkan pembentukan lingkungan bisnis bagi karyawan dan pengusaha sehingga mereka dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan organisasi dengan sukses dan kompeten. Ini akan Manajemen usaha, bisa juga disebut manajemen bisnis adalah proses di mana perusahaan merencanakan, mengatur, mengarahkan dan mengendalikan kegiatan dan sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuannya dengan cara yang efektif dan efisien dalam lingkungan yang selalu berubah. Ini adalah proses mengawasi dan mengendalikan urusan bisnis organisasi.

Manajemen usaha juga melibatkan pembentukan lingkungan bisnis bagi karyawan dan pengusaha sehingga mereka dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan organisasi dengan sukses dan kompeten. Ini akan memandu sekelompok orang untuk menggabungkan pekerjaan mereka secara terencana untuk mencapai tujuan organisasi.

Paul Hawken menyatakan bahwa: “Manajemen yang baik adalah seni membuat masalah menjadi begitu menarik dan pemecahannya begitu konstruktif sehingga setiap orang ingin bekerja dan menanganinya.”

2.2 Urgensi Manajemen Bisnis

Pentingnya manajemen bisnis bagi pelaku bisnis di sektor UMKM dapat dilihat dalam beberapa bidang penguatan manajemen yaitu pemasaran, SDM, keuangan dan operasional. Di bidang pemasaran, perlu dikembangkan sistem pemasaran digital yang tepat sasaran dan dapat

menjangkau masyarakat luas. Misalnya dengan menyebar brosur pada lokasi strategis, melakukan promosi melalui radio, Koran, media social seperti Facebook, Instagram, Whatsapp atau jejaring sosial yang lain. Pada bidang penguatan manajemen sumber daya manusia, peningkatan pengetahuan, wawasan dan keterampilan sehingga mampu mengelola usahanya dengan lebih terencana dan terorganisir dengan baik. Penguatan di bidang manajemen keuangan meliputi pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien berkaitan dengan akses modal dan administrasi pembukuan/keuangan. Terakhir, penguatan di bidang manajemen operasional yang mencakup peningkatan kualitas, efisiensi biaya dan sasaran distribusi yang tepat. Dalam mewujudkan dan mengembangkan keberlanjutan UMKM diperlukan pencapaian strategi yang matang dan memberikan hasil yang baik pada penguatan manajemen bisnis di bidang pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan bidang operasional. Optimisme pelaku usaha untuk bangkit kembali melanjutkan dan meningkatkan usaha mereka dari strategi manajemen bisnis. Salah satu cara strategi yang diterapkan yaitu implementasi strategi 5Ps yaitu position, plan, perspective, project, dan prepare sebagai upaya untuk mampu menciptakan eksistensi bisnis usaha yang lebih efisien dan efektif. Tak kalah pentingnya adalah pelaku UMKM dituntut untuk memiliki manajemen pengetahuan yang baik dan absorptive capacity untuk meningkat kinerja bisnisnya.

2.3 Fungsi Manajemen Bisnis

Dalam praktiknya, manajemen bisnis melibatkan fungsi-fungsi seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Manajemen efektif membantu perusahaan menavigasi tantangan pasar, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, meningkatkan efisiensi, dan pada akhirnya mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Baik dalam skala kecil maupun besar, manajemen bisnis memainkan peran krusial dalam menentukan kesuksesan sebuah organisasi.

Fungsi-fungsi ini seperti kunci yang membuka potensi penuh dari sebuah organisasi.

1. Perencanaan (Planning)

Setiap organisasi perlu melakukan suatu perencanaan dalam setiap kegiatan organisasinya. Perencanaan adalah proses penetapan dan pemanfaatan sumber daya secara terpadu yang diharapkan dapat menunjang kegiatan-kegiatan dan upaya-upaya yang akan dilaksanakan secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan. Menurut Suharsimi Arikunto perencanaan adalah suatu proses mempersiapkan serangkaian keputusan untuk mengambil tindakan di masa yang akan datang yang diarahkan kepada tercapainya tujuan-tujuan dengan sarana yang optimal.

Dalam praktek manajemen bisnis, bentuk perencanaan (planning) digunakan sebagai:

- a. Perencanaan bahan baku
- b. Perencanaan lokasi
- c. Perencanaan produksi
- d. Perencanaan rekrutmen karyawan
- e. Perencanaan jenjang karier
- f. Program penjualan produk baru
- g. Perencanaan marketing
- h. Perencanaan anggarannya.

Perencanaan (planning) merupakan proses dasar bagi organisasi untuk memilih sasaran dan menetapkan bagaimana cara mencapainya. Oleh karena itu, perusahaan harus menetapkan tujuan dan sasaran yang hendak dicapai sebelum melakukan proses-proses perencanaan.

2. Pengorganisasian (organizing)

Kegiatan pengorganisasian dimaksudkan untuk menentukan siapa yang akan melaksanakan tugas sesuai dengan prinsip pengorganisasian, dengan membagi tanggung jawab setiap personel dengan jelas sesuai bidang, wewenang, mata ajaran, dan tanggung jawabnya. Bentuk Pengorganisasian antara lain untuk menentukan tujuan. Mengenai penerapan fungsi pengorganisasian dalam kegiatan pembelajaran, ditunjukkan dengan sejumlah aspek, yaitu:

- a. Menyediakan fasilitas, perlengkapan, dan personil yang diperlukan untuk menyusun kerangka yang efisien dalam melaksanakan rencana-rencana melalui suatu proses penetapan pelaksanaan yang diperlukan untuk menyelesaikannya.
- b. Pengelompokan komponen-komponen dalam struktur bisnis secara teratur.
- c. Membentuk struktur wewenang dan mekanisme koordinasi dalam bisnis.
- d. Merumuskan dan menetapkan metode dan prosedur kegiatan, serta.
- e. Memilih, mengadakan latihan, dan pendidikan dalam upaya pengembangan kemampuan seluruh personil yang dilengkapi dengan sumber-sumber lain yang diperlukan.

Berdasarkan hasil penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa pengorganisasian dalam bisnis bagi seorang manager dimaksudkan agar perencanaan yang sudah direncanakan dapat disampaikan secara maksimal. Dengan teknik pengorganisasian ini kemampuan manager diuji dalam pengelolaan bisnis seperti yang sudah tertuang dalam perencanaan.

3. Pelaksanaan (actuating)

Bentuk Pelaksanaan (actuating), sebagai fungsi manajemen diterapkan oleh manager dalam kegiatan bisnis agar karyawan melakukan aktivitas kinerja lebih baik untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Sehubungan dengan itu, peran pimpinan memegang peranan penting sebagai pemimpin intruksional dalam mengoptimalkan fungsinya sebagai manager dalam kegiatan bisnis di dalam lingkup kerja yang meliputi:

- a. Membimbing, memotivasi, dan melakukan supervisi oleh pimpinan terhadap karyawan.
- b. Memprakarsai dan menampilkan kepemimpinan dalam melaksanakan rencana dan pengambilan keputusan.
- c. Mengeluarkan instruksi-instruksi yang spesifik ke arah pencapaian tujuan.

Pelaksanaan kegiatan bisnis ini tidak terlepas dari proses perencanaan yang telah diuraikan di muka, tentunya sudah dalam bentuk ujud rencana atau program kegiatan. Dengan kata lain, pelaksanaan kegiatan ini merupakan implementasi rencana atau program yang telah dibuat dalam proses perencanaan.

4. Pengawasan (Controlling)

Pengawasan adalah suatu konsep yang luas yang dapat diterapkan pada manusia, benda, dan organisasi. Fungsi Pengawasan (controlling), dalam konteks kegiatan bisnis, pengawasan dilakukan oleh pimpinan sebagai manager terhadap seluruh karyawan apakah terjadi kegiatan kerja oleh karyawan. Kemudian mengawasi pihak- pihak yang terkait dengan bisnis apakah dengan sungguh- sungguh memberikan pelayanan kebutuhan bisnis.

Pimpinan memiliki peran untuk melakukan pengawasan terhadap program yang ditentukannya apakah sudah dilaksanakan sesuai rencana yang ditetapkannya sendiri. Jika ada kekeliruan atau ada program yang tidak dapat diselesaikan segera dilakukan perbaikan dalam perencanannya, sehingga tujuan yang sebelumnya ditentukan secara maksimal dapat dipenuhi. Jadi, pengawasan dalam perencanaan kegiatan bisnis meliputi:

- a. Mengevaluasi pelaksanaan kegiatan, dibanding dengan rencana.
- b. Melaporkan penyimpangan untuk tindakan koreksi dan merumuskan tindakan koreksi, menyusun standar-standar bisnis dan sasaran-sasaran.
- c. Menilai pekerjaan dan melakukan tindakan koreksi terhadap penyimpangan-penyimpangan, baik mandiri maupun proses bisnis berlangsung.

Pengawasan dapat didefinisikan sebagai proses pemantauan yang terus menerus untuk menjamin terlaksananya perencanaan secara konsekuen yang disusun dengan pelaksanaan atau hasil yang benar-benar dicapai.

Untuk mengetahui hasil yang dicapai benar-benar sesuai dengan rencana yang telah disusun diperlukan informasi melalui komunikasi dengan bawahan. Pengawasan perlu dilakukan terutama oleh pimpinan sebagai

manager agar jalannya pelaksanaan kerja dapat diketahui serta agar tidak terjadi penyimpangan.

Fungsi-fungsi ini saling terkait dan bekerja bersama untuk memastikan keberhasilan organisasi. Melalui fungsi-fungsi manajemen bisnis, sebuah organisasi dapat beroperasi secara efisien, mengatasi hambatan, dan terus berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif.

2.4 Fungsi Operasional Manajemen

Tujuan manajemen operasional diterapkan dalam sebuah perusahaan adalah untuk mencapai tingkat aktivitas yang lebih efisien. Manajemen ini memiliki beberapa fungsi untuk memudahkan tujuan tersebut. Fungsi-fungsi yang dimaksud meliputi perencanaan, pengorganisasian, serta pengawasan operasional usaha untuk hasil produksi yang lebih baik. Kontrol terhadap operasional perusahaan juga bertujuan meminimalkan biaya produksi juga menghindarkan pemakaian sumber daya secara berlebihan. Agar tujuan tersebut tercapai, manajemen operasional memiliki beberapa fungsi yang mencakup bidang-bidang berikut ini.

1. Keuangan

Unsur pelengkap paling penting dalam pengelolaan operasional adalah keuangan. Manajemen ini harus dapat memastikan keuangan perusahaan digunakan sesuai rencana dan tidak keluar jalur. Keuangan tersebut harus benar-benar digunakan untuk produksi barang dan jasa yang berkualitas.

Keuangan yang tepat guna bisa dipastikan akan mempermudah proses penciptaan produk dan layanan yang optimal. Tentunya produk barang dan jasa ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan secara menyeluruh.

2. Strategi

Fungsi manajemen operasional digunakan dalam menyusun strategi bisnis untuk mengoptimalkan sumber daya perusahaan, juga meningkatkan daya saing dengan perusahaan lain. Strategi bisnis yang dimaksud mencakup

pengadaan bahan baku, pemasaran, kemampuan finansial, dan pengoptimalan sumber daya manusia.

3. Operasional

Fungsi manajemen ini erat kaitannya dengan operasional perusahaan yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta kontrol atas seluruh aktivitas usaha. Fungsi utama manajemen operasional memang berkaitan dengan seluruh aktivitas perusahaan. Dimana tugasnya membantu pengubahan bahan baku dan jasa pekerja menjadi produk dan layanan berkualitas untuk kepuasan konsumen.

4. Desain Produk

Teknologi modern memudahkan penjualan menjadi lebih cepat dan sederhana prosesnya. Fungsi dari manajemen operasional di sini adalah memastikan produk dibuat sesuai keinginan dan kebutuhan pasar. Pasar atau konsumen tentunya sangat memperhatikan segi kualitas. Karena itu produk yang dihasilkan harus dipastikan tahan lama dan berkualitas.

5. Mempertahankan Kualitas

Kualitas produk yang dihasilkan perusahaan harus dipastikan baik oleh sistem yang ada dalam manajemen operasional. Tim manajemen harus mengontrol dan memastikan produk barang dan jasa tidak ada cacatnya. Mereka juga harus mengawasi pekerja dalam menjalankan tugasnya. Apabila ada cacat pada produk yang dihasilkan, tim harus segera bertindak untuk memperbaikinya.

6. Prediksi

Prediksi merupakan perkiraan kejadian yang akan datang dengan menggunakan perangkat lunak. Dalam manajemen operasional, prediksi digunakan untuk memperkirakan permintaan konsumen terhadap sebuah produk. Prediksi ini berkaitan dengan jumlah produk yang dibutuhkan konsumen untuk waktu tertentu.

Adanya manajemen operasional pada sebuah perusahaan akan membantu meningkatkan produktivitas di dalamnya, namun harus adanya rancangan serta pengelolaan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk

menjalannya dengan baik yang dapat kamu pelajari pada buku Manajemen Operasional Strategi & Analisa.

BAB 3 PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Teori Kewirausahaan Manajemen Usaha memberikan kerangka kerja yang penting bagi pengusaha dan manajer untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip manajemen dalam menjalankan usaha. Dengan memahami pengertian, urgensi, dan fungsi-fungsi manajemen, diharapkan para pengusaha dapat lebih siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam dunia bisnis yang kompetitif.

Teori kewirausahaan pemasaran menekankan pentingnya menempatkan pelanggan di pusat bisnis. Wirausahawan harus mampu memahami kebutuhan pasar, berinovasi terus-menerus, membangun merek yang kuat, dan memanfaatkan teknologi untuk mencapai kesuksesan. Inti dari teori ini adalah menciptakan nilai bagi pelanggan melalui produk atau jasa yang unik dan relevan.

3.2 Saran

Untuk menerapkan teori ini, wirausahawan disarankan untuk melakukan riset pasar yang mendalam, membangun proposisi nilai yang unik, memanfaatkan bauran pemasaran secara efektif, dan terus beradaptasi dengan perubahan pasar. Selain itu, membangun komunitas dan mengukur kinerja pemasaran secara berkala juga sangat penting. Dengan menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan pemasaran, wirausahawan dapat membangun bisnis yang berkelanjutan dan sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji Pramudya, E. Y. (2023). Pentingnya Manajemen Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 1 No 10.
- Herawati, A. (2024). *Manajemen Usaha*. Diambil kembali dari Kledo.com: <https://kledo.com/blog/manajemen-usaha/>
- SoM, P. (2024, Juli 16). *Manajemen Operasional*. Diambil kembali dari PPM SCHOOL OF MANAGEMENT Inspiring Transformation: <https://ppmschool.ac.id/manajemen-operasional/>
- V, N. (2024). *Manajemen Operasional*. Diambil kembali dari Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/literasi/manajemen-operasional/>