

BUKU REFERENSI MANAJEMEN PERSAINGAN USAHA BIDANG PENGUSAHA PENGURUSAN JASA KEPABEANAN (PPJK)



PENULIS

1. Dr. Jerry Haikal
2. Dr. Dudi Rudianto, SE., MSi
3. Holila Hatta, S.Pd, M.M.
4. Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M.
5. Berkah I. Santoso, S.T., M.T.I.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke-khadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, Allah SWT. karena telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dan merampungkan penyusunan Buku Referensi (Monograf) ini dengan baik. Buku referensi ini disusun sebagai luaran akhir dari kegiatan Matching Fund (MF) Kedaireka Dikti Tahun 2022 dengan Judul “Aplikasi Manajemen Persaingan Usaha di Bidang Pengusaha Pengurusan Jasa Kepabeanan (PPJK) di Wilayah Bandara Soekarno Hatta untuk memenuhi kebutuhan usaha PPJK.

Persaingan global yang melanda dunia saat ini, telah berdampak pada berbagai bidang usaha, tak terkecuali pada usaha jasa PPJK (Pengusaha Pengurusan Jasa Kepabeanan). Akibat persaingan usaha tersebut banyak usaha jasa PPJK yang mengalami kebangkrutan atau gulung tikar, karena ketidakmampuannya mengatasi persaingan. Kondisi ini terjadi dikarenakan perusahaan tidak memiliki manajemen persaingan usaha yang baik dalam bentuk aplikasi teknologi, yang dapat digunakan sebagai early warning system dan sebagai langkah antisipatif bagi perusahaan untuk mengatasi persaingan yang terjadi. Sehingga dengan terciptanya sebuah aplikasi teknologi tersebut, perusahaan dapat segera mengidentifikasi faktor-faktor potensial apa yang dapat menyebabkan terjadinya kesulitan operasional bagi perusahaan, dan segera melakukan langkah antisipasi perusahaan agar bisa kembali eksis di tengah persaingan. Rekacipta yang akan dihasilkan ini merupakan gagasan inovasi baru yang diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan kemampuan bersaing pada usaha jasa PPJK, sebagai hasil sinergi yang baik antara pihak akademisi dari Universitas Bakrie dengan pelaku usaha (Industri) PPJK melalui ALFI DPW DKI Jakarta dan mitra PPJK.

Produk akhir yang akan dihasilkan dari kegiatan MF Kedaireka ini salah satunya yaitu tersusunnya buku referensi (monograf) tentang manajemen persaingan usaha, yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan PPJK untuk melakukan *Self-Asesment* mengenai posisi kemampuan bersaing perusahaan PPJK serta solusi apa yang harus dilakukan oleh perusahaan PPJK untuk keluar dari kesulitan tersebut.

Dalam penyelesaian buku referensi ini, tim penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Rektor Universitas Bakrie, Kepala KPU Bea Cukai Cargo Soekarno-Hatta, Ketua ALFI

DPW DKI Jakarta, perusahaan PPJK dan serta semua pihak yang terkait langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian buku referensi ini. Semoga bantuan dan jasa semua pihak memperoleh pahala yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa. Semoga buku referensi ini tentang Manajemen Persaingan Usaha di Bidang PPJK diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, utamanya pihak PPJK yang sedang mengalami persaingan di dunia usaha dan sebagai upaya untuk memberikan panduan dan motivasi untuk membentuk dan menjalankan persaingan usaha yang sehat.

Jakarta, November 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	12
1.1. Latar Belakang.....	12
BAB II MANAJEMEN USAHA.....	13
2.1. Definisi Manajemen Usaha.....	13
2.2. Pentingnya Manajemen Usaha	14
2.2.1. Menyelaraskan Tujuan.....	14
2.2.2. Pemanfaatan Sumber Daya Terbaik	15
2.2.3. Meminimalisir Biaya	15
2.2.4. Meningkatkan Efisiensi	15
2.2.5. Bertahan Dalam Lingkungan yang Dinamis.....	15
2.2.6. Menangani Kompetisi.....	16
2.2.7. Penting Untuk Kesejahteraan Masyarakat.....	16
2.3. Tips Manajemen Usaha	16
2.3.1. Tetapkan Tujuan Spesifik	16
2.3.2. Membagi Tugas.....	17
2.3.3. Memanfaatkan Teknologi	17
2.3.4. Gunakan Otomatisasi	18
2.3.5. Kelola Inventaris	18
2.3.6. Gunakan Strategi Retensi Pelanggan yang Tepat	18
2.3.7. Perluas Jaringan Bisnis	19
2.3.8. Meminimalisir Pengeluaran	19
2.3.9. Memanfaatkan Pemasaran dari Mulut ke Mulut	20

2.3.10. Jangan Menyerah	20
2.4. Kesimpulan.....	20
BAB III MANAJEMEN ANGGARAN	21
3.1. Pengertian	21
3.2. Mengapa Manajemen Anggaran Penting dalam Bisnis?	24
3.2.1. Membantu dalam perencanaan operasi yang sebenarnya	24
3.2.2. Mengkoordinasikan kegiatan organisasi.....	25
3.2.3. Mengkomunikasikan rencana ke berbagai manajer.....	25
3.2.4. Memotivasi manajer untuk berusaha mencapai tujuan anggaran	25
3.2.5. Mengontrol aktivitas.....	25
3.2.6. Mengevaluasi Kinerja Manajer.....	25
3.3. Jenis Anggaran	25
3.3.1. Anggaran Operasional	26
3.3.1.1. Anggaran penjualan	27
3.3.1.2. Anggaran produksi.....	27
3.3.1.3. Anggaran bahan langsung.....	28
3.3.1.4. Anggaran tenaga kerja langsung	28
3.3.1.5. Anggaran overhead	29
3.3.1.6. Anggaran biaya umum dan administrasi.....	29
3.3.1.7. Biaya modal	29
3.3.1.8. Cara Membuat dan Contoh Anggaran Operasional	30
3.3.2. Anggaran Modal	33
3.3.3. Anggaran Kas	33
3.3.3.1. Klasifikasi anggaran kas	35
3.3.3.2. Metode Penyusunan Anggaran Kas	36
3.3.3.3. Tips Mudah Menyusun Anggaran Kas	37
3.4. Tahap Melakukan dan Mengelola Manajemen Anggaran	38

3.4.1. Memeriksa pendapatan Anda	39
3.4.2. Membuat daftar biaya dalam bisnis	39
3.4.2.1. Biaya tetap	40
3.4.2.1.1. Pengertian Biaya Tetap	40
3.4.2.1.2. Mengapa Biaya Tetap itu Penting?	43
3.4.2.1.3. Cara Menghitung Biaya Tetap	43
3.4.2.1.4. Dampak Biaya Tetap pada Pasar	46
3.4.2.1.5. Tips Efisiensi Biaya Tetap	47
3.4.2.2. Biaya variabel	48
3.4.2.2.1. Pengertian Biaya Variabel	48
3.4.2.2.2. Cara Menghitung Biaya Variabel secara Manual	50
3.4.2.2.3. Mengapa Penting untuk Menentukan Biaya Variabel?	52
3.4.2.2.4. Perbedaan Biaya Variabel dan Biaya Tetap	54
3.4.2.2.5. Kesimpulan	55
3.4.2.3. Dana darurat untuk biaya tak terduga	55
3.4.3. Penyusunan anggaran pendapatan dan anggaran pengeluaran	55
3.4.4. Menggabungkan anggaran departemen	56
3.4.5. Penyisihan belanja modal	56
3.4.6. Perubahan model dan tinjauan anggaran	56
3.4.7. Persetujuan dan implementasi	56
3.4.8. Kontrol anggaran	56
3.5. Kesimpulan	57
BAB IV MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	58
4.1. Pengertian Manajemen SDM	58
4.2. Lingkup Aktivitas Manajemen SDM	60
4.2.1. Kepegawaian	60
4.2.2. Development	60

4.2.3. Kompensasi	61
4.2.4. Keamanan dan kesehatan.....	61
4.2.5. Hubungan Karyawan dan Tenaga Kerja.....	62
4.3. Fungsi Manajemen SDM.....	62
4.3.1. Fungsi Manejerial	63
4.3.2. Fungsi Operasi	63
4.3.3. Fungsi Penasehat	65
4.4. Tips Terbaik dalam Mengelola Manajemen SDM pada Bisnis Anda	65
4.5. Kesimpulan.....	71
BAB V MANAJEMEN BISNIS.....	72
5.1. Pengertian Manajemen Bisnis Menurut Para Ahli	72
5.2. Fungsi Manajemen dalam Bisnis.....	72
5.2.1 Perencanaan	72
5.2.2 Pengorganisasian	73
5.2.3 Staf 73	
5.2.4 Penugasan atau pengarahan	74
5.2.5 Pengendalian.....	74
5.3. Beberapa Jenis Manajemen dalam Bisnis.....	75
5.3.1 Manajemen keuangan	75
5.3.2 Manajemen pemasaran	80
5.3.3 Manajemen penjualan.....	86
5.3.4 Manajemen sumber daya manusia.....	87
5.3.5 Manajemen strategis	87
5.3.6 Manajemen produksi	89
5.3.7 Manajemen program dan proyek	90
5.3.8 Manajemen pengetahuan	90

5.3.9 Manajemen operasi.....	90
5.3.10Manajemen layanan.....	90
5.3.11Manajemen TI.....	91
5.3.12Manajemen hubungan masyarakat	91
5.3.13Manajemen rantai pasokan	91
5.3.14Manajemen persediaan	93
5.3.15Manajemen penelitian dan pengembangan.....	94
5.3.16Manajemen teknik	94
5.3.17Manajemen desain	95
5.3.18Manajemen mutu	95
5.3.19Manajemen risiko	95
5.3.20Manajemen perubahan.....	101
5.3.21Manajemen inovasi.....	101
5.3.22Manajemen fasilitas.....	101
5.4. Tips Mengelola Manajemen Bagi Bisnis Kecil	102
5.4.1 Otomatiskan Operasi Anda.....	102
5.4.2 Ikuti Perkembangan Teknologi yang Diharapkan Pelanggan Anda	102
5.4.3 Delegasikan Tugas.....	103
5.4.4 Jangan Pernah Lupa Anggaran Anda	103
5.4.5 Kelola Persediaan Anda.....	104
5.4.6 Tetapkan Tujuan Konkrit.....	104
5.5. Kesimpulan.....	105
BAB VI MANAJEMEN PENJUALAN.....	106
6.1. Pengertian Manajemen Penjualan.....	106
6.1.1. Operasi Penjualan: Membangun Tim	108
6.1.2. Strategi Penjualan: Mendefinisikan Proses Penjualan.....	109

6.1.3. Analisis Penjualan: Pelaporan	110
6.2. Tujuan Manajemen Penjualan	111
6.2.1. Tujuan Kuantitatif (Jangka Pendek)	111
6.2.2. Tujuan Kualitatif (Jangka Panjang)	111
6.3. Proses Manajemen Penjualan	111
6.3.1. Mempekerjakan dan Mengelola personel penjualan	112
6.3.2. Menetapkan target untuk setiap profesional penjualan.....	112
6.3.3. Mengevaluasi target yang dicapai oleh tenaga penjualan.....	112
6.3.4. Melaporkan penjualan yang dicapai ke perusahaan.....	112
6.3.5. Meramalkan target penjualan di masa depan berdasarkan nilai uang dan tenaga penjualan untuk siklus penjualan berikutnya	113
6.4. Tips Mengelola Manajemen Penjualan yang Baik	113
6.4.1. Pastikan Anda memiliki organisasi yang berorientasi pada kemajuan	113
6.4.2. Identifikasi di mana Anda berada dan apa yang Anda butuhkan.....	113
6.4.3. Kelola ekspektasi yang sesuai	113
6.4.4. Asah kemampuan presentasi.....	114
6.4.5. Tetapkan standar yang tinggi.....	114
6.4.6. Beri insentif untuk tim Anda	114
6.4.7. Pelatihan itu penting	114
6.4.8. Gunakan rasio volume-versus-nilai	115
6.4.9. Tidak ada solusi yang cocok untuk semua.....	115
6.4.10. Spesialisasikan lebih awal untuk menumbuhkan penjualan	115
6.4.11. Merancang organisasi yang transparan	115
6.5. Kesimpulan.....	116
BAB VII MANAJEMEN KAS.....	117
7.1. Apa itu Manajemen Kas?.....	118

7.1.1. Mengapa manajemen kas penting?	119
7.2. Apa yang Ada Dalam Laporan Arus Kas?.....	120
7.2.1. Pengoperasian.....	120
7.2.2. Pembiayaan.....	120
7.2.3. Investasi	120
7.3. Perbedaan Manajemen Kas dan Manajemen Perbendaharaan.....	121
7.4. Masalah yang Biasanya Terjadi dengan Manajemen Kas	121
7.4.1. Pemahaman yang buruk tentang siklus arus kas.....	121
7.4.2. Kurangnya pemahaman tentang keuntungan berbanding dengan kas	121
7.4.3. Kurangnya keterampilan manajemen kas	121
7.4.4. Investasi modal yang buruk.....	122
7.5. Tips Terbaik untuk Manajemen Arus Kas yang Efektif	122
7.5.1. Ketahui berapa banyak yang Anda butuhkan dalam bisnis mencapai BEP.....	122
7.5.2. Miliki cadangan kas darurat.....	122
7.5.3. Tetapkan garis waktu dan ketentuan pembayaran faktur.....	123
7.5.4. Dorong pelanggan melakukan pembayaran di awal	123
7.5.5. Pastikan arus kas di atas laba bisnis.....	123
7.5.6. Tugaskan seseorang untuk memantau arus kas Anda.....	123
7.5.7. Beralih dari cara manual atau Spreadsheet ke software akuntansi	124
7.5.8. Dorong penjualan dengan insentif atau promosi	124
7.5.9. Tunda atau kurangi pengeluaran Anda	124
7.5.10. Kosongkan persediaan Anda.....	125
7.6. Kesimpulan.....	125
BAB VIII INVENTARIS	126
8.1. Pengertian Inventaris	126
8.2. Jenis Inventaris	128

8.2.1. Inventaris bahan baku	128
8.2.1.1. Jenis Bahan Baku dalam Industri	129
8.2.1.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bahan Baku.....	130
8.2.1.3. Jenis Industri Berdasarkan Bahan Baku.....	130
8.2.1.4. Akuntansi untuk Bahan Baku.....	131
8.2.1.5. Rumus Perhitungan Bahan Baku	131
8.2.2. Inventaris work-in progress	132
8.2.3. Inventaris barang jadi	133
8.3. Pengertian Manajemen Inventaris	133
8.4. Jenis Manajemen Inventaris	134
8.4.1. Stock review	134
8.4.2. Analisis ABC	134
8.4.3. Metodologi Just-in-time (JIT).....	135
8.4.4. Kuantitas pesanan ekonomis.....	135
8.4.5. Jumlah pesanan minimum	135
8.4.6. Safety stock.....	136
8.4.7. Reorder point formula.....	136
8.4.8. FIFO dan LIFO	136
8.4.9. Pelacakan batch	136
8.4.10. Pengiriman massal.....	136
8.4.11. Persediaan konsinyasi.....	137
8.4.12. Manajemen persediaan perpetual	137
8.4.13. Dropship	137
8.4.14. Cross-docking.....	137
8.4.15. Six Sigma	137
8.4.16. Lean Six Sigma	137

8.4.17.	Demand forecasting.....	137
8.4.18.	Lean manufacturing.....	138
8.5.	Mengapa Manajemen Inventaris Penting	138
8.6.	Apa itu SKU	138
8.7.	Tips Mengelola Manajemen Inventaris	139
8.8.	Kesimpulan.....	141
DAFTAR PUSTAKA		142

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Mengelola suatu usaha bukan hal yang mudah untuk dilakukan. Seorang pebisnis harus memastikan roda usaha berjalan dengan baik dan tentu saja mencapai target yang telah dibuat.

Tidak semua pebisnis memiliki bakat alami dan harus bekerja keras untuk melakukannya dengan benar. Beberapa mungkin gagal mengatur waktu mereka dengan benar, sementara yang lain kurang memiliki pemikiran strategis atau kreativitas. Berbisnis bukanlah aktivitas yang boleh dilakukan dengan sembarangan dan tanpa perencanaan. Jika asal dijalankan, selain memperkecil potensi keberhasilan, risiko kehilangan modal bisnis yang telah dikucurkan juga bisa saja terjadi. Oleh karena itu, pebisnis perlu mempersiapkan tekad dan rencana agar bisa mengembangkan bisnisnya hingga sukses.

Manajemen usaha untuk bisnis kecil bisa sangat sulit karena pebisnis harus bertanggung jawab perekrutan dan pemecatan karyawan, pengurusan leasing dan inventaris, dan tetap mengikuti perkembangan pemasaran dan penjualan, di antara banyak tugas harian lainnya.

Salah satu hal yang penting untuk dipelajari oleh setiap pebisnis adalah mengenai manajemen usaha. Melalui manajemen yang tepat, bisnis sudah pasti dapat berjalan dengan lebih lancar, mampu mencapai target yang telah ditentukan, dan meningkatkan kemungkinannya untuk meraih kesuksesan.

Beberapa hal yang mesti dipelajari oleh pebisnis adalah manajemen anggaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen bisnis, manajemen penjualan, manajemen kas dan yang tidak kalah penting pebisnis harus dapat mengatur inventaris.

BAB II

MANAJEMEN USAHA

2.1. Definisi 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.

Menurut Skinner & Ivancevich manajemen dapat didefinisikan sebagai penggunaan perencanaan, pengorganisasian, pengerjaan, pengarahan, dan fungsi pengendalian dalam cara yang paling efisien untuk mencapai sasaran. Bisnis menurut Skinner adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Sedangkan menurut J.S. Nimpoena bisnis dapat dibedakan dalam pengertian sempit dan luas. Jika kita berorientasi pada pengertian sempit maka bisnis tidak lain dari fisik. Sedangkan dalam arti luas, bisnis merupakan usaha yang terkait erat dengan dunia ekonomi dan juga politik. Hal ini disebabkan dunia ekonomi dan dunia politik pada dasarnya merupakan suatu hubungan yang saling tergantung, dan yang turut mencerminkan efektivitas suatu masyarakat dalam gerak usahanya

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.

Pengelolaan manajemen usaha dibutuhkan dalam konteks internal perusahaan, agar perusahaan benar-benar memiliki arah dalam menjalankan usaha, terukur, dan terencana dengan baik. Perencanaan usaha juga akan menjadi “*controlling tools*”, apakah dalam perjalanannya nanti, bisnis yang dijalankan berada dalam line yang benar atau tidak. Terutama dalam bisnis yang relatif baru, penuh dengan kreatifitas, perencanaan usaha juga semakin dibutuhkan.

Beberapa manfaat yang diperoleh dari pengelolaan usaha adalah:

1. Memilih bisnis yang feasible untuk dijalankan berdasarkan studi kelayakan yang dilakukan.
2. Memiliki usaha yang berbadan hukum jelas
3. Memiliki laporan keuangan (bermanfaat untuk kelangsungan usaha, keuntungan optimal, pengajuan kredit)
4. Memiliki perencanaan pengembangan dan operasional usaha yang jelas.

2.2. Pentingnya Manajemen Usaha

Dalam menjalankan sebuah bisnis pasti pernah mengalami beberapa masalah terkait proses pemasaran, produksi, maupun penjualan. Di mana masalah-masalah yang timbul tersebut biasanya terjadi karena manajemen usaha yang buruk.

Manajemen yang buruk dapat mengakibatkan busaha yang dijalankan menjadi kacau bahkan tak jarang dapat menyebabkan kerugian. Sebagai pelaku usaha harus memahami dan mengerti akan pentingnya mengenal serta menerapkan manajemen dalam usaha. Hal ini merupakan upaya agar tidak terjadi hal buruk pada usaha yang jalankan.

Pentingnya manajemen usaha tidak dapat diremehkan atau diabaikan karena ini adalah fakta yang terbukti bahwa keberhasilan perusahaan sepenuhnya bergantung pada seberapa baik pengelolaannya. Inilah mengapa manajemen bisnis penting untuk bisnis apa pun.

2.2.1. Menyelaraskan Tujuan

Sebuah perusahaan terdiri dari majikan dan beberapa karyawan yang bekerja sama. Setiap orang memiliki tujuan mereka sendiri. Manajemen memberi mereka arah yang sama untuk mencapai tujuan mereka bersama.

Sebagai contoh bahwa tujuan dari sebuah perusahaan adalah untuk memaksimalkan output dan keuntungan mereka sedangkan tujuan seorang karyawan adalah untuk mendapatkan hasil maksimal dari perusahaan baik dari segi gaji maupun pengakuan.

Manajemen membantu menyelaraskan kedua tujuan ini dengan menggunakan strategi motivasi karyawan yang efektif yang membuatnya memberikan yang terbaik untuk organisasi.

2.2.2. Pemanfaatan Sumber Daya Terbaik

Pemanfaatan sumber daya yang tepat sangat penting bagi organisasi yang beroperasi dalam lingkungan yang kompetitif. Manajemen membantu dalam pembagian kerja dan mencegah karyawan dari kinerja yang buruk atau terlalu terbebani dengan pekerjaan.

Setiap karyawan memiliki bidangnya masing-masing sesuai dengan keahliannya. Melalui manajemen, karyawan diberikan pekerjaan yang sesuai dengan bidang ilmunya. Ini meningkatkan kecepatan dan akurasi pekerjaan.

Selain itu, manajemen juga membuat pekerjaan terstandarisasi sehingga dapat mengurangi pemborosan ketika menyangkut sumber daya lainnya.

Sebagai contoh:

Manajemen memastikan bahwa orang yang baik dalam penjualan diberikan pekerjaan di departemen penjualan saja dan tidak di departemen lain.

Juga, ini memberinya pelatihan yang tepat untuk memastikan bahwa tidak banyak waktu yang terbuang untuk membuatnya belajar selama kunjungan penjualan yang sebenarnya.

2.2.3. Meminimalisir Biaya

Manajemen membantu menggabungkan semua faktor produktivitas dan mengaturnya. Ini melibatkan pemanfaatan sumber daya terbaik yang mencegah pemborosan waktu dan upaya, yang pada akhirnya mengurangi pemborosan uang.

Oleh karena itu manajemen memberikan ROI (Return on investment) yang lebih baik. Pengurangan biaya membantu dalam mendapatkan posisi yang baik di pasar dan membuat perusahaan tetap unggul dalam persaingan.

2.2.4. Meningkatkan Efisiensi

Tujuan utama perusahaan adalah untuk mendapatkan hasil yang paling efisien yaitu mencapai keuntungan yang maksimal dengan memaksimalkan output dan meminimalkan input.

Manajemen usaha melibatkan pemanfaatan sumber daya yang optimal dan membantu dalam pengurangan biaya. Kedua faktor ini secara konsekuen meningkatkan efisiensi perusahaan.

2.2.5. Bertahan Dalam Lingkungan yang Dinamis

Sebuah perusahaan beroperasi dalam lingkungan yang dinamis di mana sejumlah faktor eksternal seperti politik, sosial, ekonomi dll mempengaruhi fungsinya.

Hal ini membuat hampir wajib bagi perusahaan untuk menjadi fleksibel dan mengubah tujuan jangka pendek dan gaya kerja sesuai dengan perubahan lingkungan.

Manajemen membantu perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang berubah agar tetap sukses.

Sebagai contoh Pemimpin dalam makanan cepat saji, McDonald's, harus membuat banyak perubahan dalam menunya untuk bertahan di pasar India yang didominasi oleh vegetarian.

2.2.6. Menangani Kompetisi

Manajemen bisnis yang tepat selalu bertujuan untuk berfungsinya organisasi dengan baik dan mengurangi tingkat kegagalan. Dengan demikian, membantu mengatasi situasi sulit dan membuat organisasi tetap di depan para pesaing.

Dalam lingkungan bisnis modern, seseorang dapat mengejar organisasi mereka di pasar yang besar melalui manajemen yang tepat.

2.2.7. Penting Untuk Kesejahteraan Masyarakat

Manajemen yang baik tidak hanya mengurangi kesulitan tugas tetapi juga mencegah pemborosan sumber daya yang mahal dan jarang tersedia.

Manajemen membantu dalam memberikan kualitas layanan dan produk yang baik yang meningkatkan standar hidup. Ini juga menghasilkan lebih banyak keuntungan bagi organisasi dan dengan demikian memberikan upah yang adil dan menghasilkan lebih banyak kesempatan kerja.

2.3. Tips Manajemen Usaha

Berikut di bawah ini terdapat tips manajemen usaha yang dapat membantu dalam menjalankan usaha yang baik dan menguntungkan.

2.3.1. Tetapkan Tujuan Spesifik

Mengelola bisnis kecil melibatkan banyak tugas rutin. Misalnya, harus membantu pelanggan, memantau dan mengelola inventaris, mengurus keuangan, dan memastikan karyawan senang, hanya untuk beberapa nama.

Meskipun tugas-tugas mendesak ini tentu saja membutuhkan perhatian, Pebisnis tidak boleh membiarkannya lengah untuk fokus pada tujuan jangka panjang Anda.

Cara terbaik untuk tetap fokus pada tujuan jangka panjang adalah dengan menetapkan tujuan spesifik dan memantau kemajuan sehingga dapat melihat apakah bergerak ke arah yang benar atau tidak.

Oleh karena itu, tujuan tidak hanya harus spesifik tetapi juga terukur. Harus selalu dapat mengukur kesuksesan dalam bentuk uang, persen, atau dengan cara lain apa pun. Dan bagaimana dengan tugas-tugas kecil yang baru saja kita sebutkan? Itu membawa kita ke tips berikutnya

2.3.2. Membagi Tugas

Ada banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis, dan salah satunya adalah kemampuan dalam mengelola karyawan.

Seperti yang telah disebutkan di atas, kurangnya waktu adalah salah satu masalah utama bagi banyak pengusaha, tetapi jika mampu mendelegasikan tugas, maka akan dapat menghemat banyak waktu dan tenaga.

Tentu saja, pebisnis ingin memiliki gambaran umum tentang apa yang sedang dikerjakan oleh karyawannya, tetapi cobalah untuk tidak melakukan micromanage.

Pastikan bahwa karyawan dapat mengambil tanggung jawab untuk tugas-tugas yang diperlukan dan bertindak tanpa bantuan. diperlukan melatih mereka agar lebih mandiri.

2.3.3. Memanfaatkan Teknologi

Pertama-tama, pebisnis dapat mengadopsi teknologi, karena pelanggan akan mengharapkan teknologi untuk memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

Misalnya, pelanggan mungkin mengharapkan memiliki aplikasi seluler yang nyaman, dan jika tidak memilikinya, mereka mungkin merasa kecewa, atau seolah-olah bisnis tidak berpikiran maju seperti yang mereka inginkan.

Membuat bisnis lebih menarik bagi pelanggan adalah bagian dari manajemen bisnis. Oleh karena itu, salah satu tips manajemen bisnis yang paling penting adalah harus membangun situs web berkualitas tinggi.

Ini mungkin tampak jelas, tetapi jika situs web perusahaan dan tidak dapat digunakan, atau lambat, atau hanya terlihat sampah maka akan mengecewakan pelanggan sehingga perlu membangun kualitas teknologi yang tinggi untuk memudahkan pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk secara online.

Selain itu, situs web sangat penting untuk menyebarkan berita tentang bisnis melalui SEO (dalam bentuk blog, tetapi juga di halaman utama itu sendiri), dan sebagai hub untuk dukungan pelanggan. Selain itu juga harus mengikuti perkembangan di industri. Jika pesaing mulai menggunakan teknologi tertentu dan melihat bahwa mereka telah lebih unggul, maka juga harus mempertimbangkan untuk berinvestasi dalam teknologi ini.

2.3.4. Gunakan Otomatisasi

Pendapatan Anda tergantung pada efisiensi Anda. Faktor ini sangat penting untuk usaha kecil, karena orang yang menjalankan usaha kecil harus berurusan dengan terlalu banyak operasi sehari-hari dan sering kekurangan waktu untuk menyelesaikan semuanya dengan sukses.

Dengan meningkatkan efisiensi proses bisnis Anda, Anda dapat memecahkan masalah waktu yang terbatas.

Dalam hal meningkatkan efisiensi, otomatisasi adalah salah satu pendekatan terbaik. Ada banyak solusi otomatisasi untuk pelacakan inventaris, manajemen anggaran, komunikasi email, dan banyak aplikasi lain yang dapat membantu Anda merencanakan hari kerja dan melacak tugas-tugas penting.

Mereka juga dapat dengan mudah disesuaikan dengan ukuran bisnis Anda, sehingga Anda selalu dapat menemukan opsi yang paling sesuai untuk Anda.

Otomatisasi pada bidang manajemen keuangan bisnis juga sangat penting untuk dilakukan. Sebab, proses tersebut membutuhkan waktu, tenaga, dan biaya yang tidak sedikit apabila dilakukan secara manual.

2.3.5. Kelola Inventaris

Mengelola inventaris Anda adalah salah satu tanggung jawab utama Anda sebagai seorang manajer. Di sinilah otomatisasi berguna. Ada banyak solusi perangkat lunak yang dapat membantu Anda melacak produk yang Anda jual, serta pengirimannya.

Jika Anda menjual jasa, Anda juga harus mengelola persediaan dan tenaga kerja Anda untuk memastikan bahwa pelanggan Anda akan selalu mendapatkan apa yang mereka inginkan.

2.3.6. Gunakan Strategi Retensi Pelanggan yang Tepat

Sayangnya, banyak pengusaha tidak mengerti mengapa mereka harus fokus pada retensi pelanggan, daripada berusaha untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan baru.

Yang benar adalah bahwa memperoleh pelanggan baru menghabiskan biaya lima kali lebih banyak daripada mempertahankan yang sudah ada. Selain itu, pelanggan setia bisa sangat menguntungkan, karena kemungkinan besar Anda akan menjual kepada mereka: mereka akan terus kembali lagi dan lagi.

Oleh karena itu, memilih strategi retensi pelanggan yang efektif dapat berdampak besar pada pendapatan Anda. Strategi retensi pelanggan yang baik menciptakan pelanggan yang terlibat yang ingin mempromosikan merek Anda kepada teman dan kerabat mereka.

Jadi pastikan hubungan Anda dengan pelanggan Anda tidak berakhir setelah mereka melakukan pembelian!

2.3.7. Perluas Jaringan Bisnis

Jika Anda menjalankan bisnis Anda sendiri, jaringan sangat penting. Seseorang yang Anda temui yang berada di industri yang sama atau serupa dengan Anda dapat menawarkan beberapa saran yang berguna, berbagi kontak yang lebih penting dengan Anda, atau bahkan menjadi seorang karyawan. Seringkali, mereka hanya bisa menjadi seseorang yang merekomendasikan produk Anda kepada orang lain yang mereka kenal.

Pertimbangkan jaringan sebagai bagian integral dari alur kerja Anda. Anda harus mengalokasikan beberapa waktu dalam jadwal Anda untuk membangun hubungan dengan orang-orang dan berusaha mempertahankan hubungan Anda yang sudah ada.

Cobalah untuk tidak membatasi diri Anda pada komunikasi email dan telepon saja, jika memungkinkan; terkadang, lebih baik bertemu orang secara langsung.

2.3.8. Meminimalisir Pengeluaran

Salah satu alasan paling umum mengapa startup gagal adalah karena mereka tidak dapat menerapkan model bisnis yang sukses. Banyak pemilik bisnis lupa bahwa kesuksesan mereka sebagian besar bergantung pada menjaga pengeluaran mereka tetap rendah, terutama jika mereka belum memiliki aliran pendapatan yang stabil.

Jika Anda berpikir untuk menyewa ruang kantor kelas atas atau membeli furnitur mahal, Anda harus memahami bahwa hal-hal ini tidak diperlukan untuk pertumbuhan bisnis Anda, dan pertumbuhan ini harus menjadi prioritas utama Anda.

Ini mungkin tampak seperti hal yang menyenangkan untuk dilakukan, tetapi fokuslah pada tujuan Anda, dan cobalah dan pastikan setiap keputusan selaras dengannya, terutama ketika menyangkut keputusan mengenai uang.

2.3.9. Memanfaatkan Pemasaran dari Mulut ke Mulut

Poin utama dari pemasaran yang sukses adalah menyampaikan cerita Anda dan membiasakan pelanggan Anda dengan citra merek Anda. Banyak orang membuat keputusan pembelian berdasarkan apakah pesan dan nilai merek perusahaan sesuai dengan mereka atau tidak.

Oleh karena itu, pastikan Anda memiliki nilai merek yang kuat dan jelas serta narasi yang terdefinisi dengan baik. Semua karyawan Anda harus menyadari hal ini dan mengingatnya dalam segala hal yang mereka lakukan.

Ini akan membuatnya lebih mudah untuk menyampaikan pesan-pesan itu kepada audiens target Anda – pelanggan potensial. Anda dapat mencoba menuliskannya dan mengirimkannya ke semua karyawan Anda, atau memiliki halaman di situs web Anda atau bagian halaman Tentang yang didedikasikan untuk nilai merek Anda.

2.3.10. Jangan Menyerah

Jika Anda menjalankan bisnis, Anda tidak pernah tahu apa yang akan terjadi besok. Anda harus menghadapi tantangan tak terduga dan keputusan sulit.

Jadi ingat: jangan menyerah! Ikuti saran kami dan miliki tujuan yang jelas, berinvestasilah dalam teknologi, perlakukan karyawan Anda dengan baik, dan kelola waktu dan uang Anda secara efektif, dan Anda akan siap menghadapi apa pun yang dunia bisnis berikan kepada Anda.

Bekerjalah yang keras, buat keputusan yang tepat, dan tetap berpegang pada tujuan Anda.

2.4. Kesimpulan

Kewirausahaan sangat menantang sehingga tidak mengherankan jika banyak pengusaha merasa frustrasi ketika mereka gagal mengelola bisnis mereka dengan benar.

Semoga tips tersebut dapat membantu untuk fokus pada aspek bisnis yang tepat sehingga dapat mencapai tujuan jangka panjang dan berkembang, apa pun tantangan yang harus dihadapi.

BAB III

MANAJEMEN ANGGARAN

3.1. Pengertian

Anggaran menurut Henry Simamora (1999) merupakan “suatu rencana rinci yang memperlihatkan bagaimana sumber-sumber daya diharapkan akan diperoleh dan dipakai selama periode waktu tertentu”. Sehingga dapat dinyatakan bahwa anggaran merupakan suatu rencana keuangan dalam kaitannya dengan pengelolaan sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Ada beberapa pengertian yang berbeda mengenai anggaran menurut para ahli :

1. Anthony dan Govindarajan (2005: 90), mendefinisikan anggaran sebagai sebuah rencana keuangan, biasanya mencakup periode satu tahun dan merupakan alat-alat untuk perencanaan jangka pendek dan pengendalian.
2. Hansen dan Mowen (2004: 354), anggaran merupakan suatu rencana kuantitatif dalam bentuk moneter maupun nonmoneter yang digunakan untuk menerjemahkan tujuan dan strategi perusahaan dalam satuan operasional.
3. Mulyadi (2001: 488), anggaran merupakan suatu rencana kerja yang dinyatakan secara kuantitatif yang diukur dalam satuan moneter standar dan satuan ukuran yang lain yang mencakup jangka waktu satu tahun.
4. Munandar (2000), mendefinisikan anggaran sebagai suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter dan berlaku untuk jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang.
5. Supriyono (1990: 15), penganggaran merupakan perencanaan keuangan perusahaan yang dipakai sebagai dasar pengendalian (pengawasan) keuangan perusahaan untuk periode yang akan datang. Anggaran merupakan suatu rencana jangka pendek yang disusun berdasarkan rencana kegiatan jangka panjang yang telah ditetapkan dalam proses penyusunan program.

Dari pengertian tersebut di atas, maka dapat terlihat bahwa anggaran terdiri dari 4 unsur yaitu:

1. Rencana.

Merupakan langkah penentuan aktivitas yang akan dilakukan di masa yang akan datang dalam upaya mencapai tujuan yang telah ditentukan. Anggaran merupakan rencana yang telah disusun terlebih dahulu untuk memberikan arah bagi kegiatan-kegiatan perusahaan.

2. Meliputi seluruh kegiatan perusahaan

Anggaran mencakup semua kegiatan yang akan dilakukan oleh seluruh bagian yang ada dalam perusahaan. Anggaran berfungsi sebagai pedoman kerja sehingga harus mencakup seluruh kegiatan perusahaan.

3. Satuan moneter

Anggaran dinyatakan dalam unit moneter sehingga dapat diterapkan pada berbagai kegiatan perusahaan yang bermacam-macam. Satuan moneter berguna untuk menyeragamkan semua kegiatan perusahaan yang berbeda-beda sehingga mudah untuk dibandingkan dan dianalisa.

4. Jangka waktu tertentu yang akan datang Menunjukkan bahwa anggaran disusun dan berlaku untuk waktu yang akan datang. Anggaran merupakan perkiraan atau taksiran dalam bentuk moneter yang disediakan untuk melakukan kegiatan-kegiatan perusahaan di masa yang akan datang.

Jika dikaitkan dengan masalah waktu anggaran, dikenal dua macam anggaran:

- a) Anggaran strategis (strategic budget), anggaran yang berlaku untuk jangka panjang.
 - b) Anggaran taktis (tactical budget), anggaran yang berlaku untuk jangka pendek.
- Untuk dapat memilih jangka waktu berlakunya anggaran secara lebih tepat, ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan yaitu: luas pasar penjualan produk yang dihasilkan; posisi perusahaan dalam persaingan; jenis produk yang dihasilkan perusahaan; tersedianya data dan informasi untuk melakukan penaksiran (forecasting); keadaan perekonomian pada umumnya.

Y. Supriyanto (1985) mendefinisikan anggaran sebagai suatu proses, sejak dari tahap persiapan yang diperlukan sebelum dimulainya penyusunan rencana, pengumpulan berbagai data dan informasi yang diperlukan. Pembagian tugas perencanaan, penyusunan rencana itu sendiri, implementasi dari rencana tersebut, sampai pada akhirnya tahap pengawasan dan evaluasi dari hasil-hasil pelaksanaan rencana.

Munandar (2000) mengemukakan bahwa suatu anggaran mempunyai karakteristik sebagai berikut.

- 1. Dinyatakan dalam satuan keuangan (moneter), walaupun angkanya berasal dari angka yang bukan satuan keuangan.
- 2. Mencakup kurun waktu satu tahun.

3. Menyangkut komitmen manajemen, yaitu manajer setuju untuk menerima tanggung jawab untuk mencapai sasaran yang telah dianggarkan.
4. Usulan anggaran dinilai dan disetujui oleh orang yang mempunyai wewenang lebih tinggi daripada yang menyusunnya.
5. Jika anggaran sudah disahkan, maka anggaran tersebut tidak dapat diubah, kecuali dalam hal kasus.
6. Hasil aktual akan dibandingkan dengan anggaran seperti periodik, dan varians yang terjadi dianalisis dan dijelaskan.

Anggaran adalah suatu komponen penting dalam perencanaan. Anggaran merupakan sebuah sistem yang bertujuan untuk mengarahkan langkah perusahaan di waktu yang akan datang dalam upaya mencapai tujuannya. Tanpa adanya penganggaran yang baik, pihak manajemen tidak dapat mewujudkan kinerja manajerial yang efektif dan efisien.

Banyak manajer departemen bertanggung jawab untuk melacak anggaran departemen. Ini berarti mereka harus memantau bagaimana departemen mereka menggunakan sumber daya keuangan, menghasilkan pendapatan, dan mencapai tujuan bisnis, itu sebabnya manajemen anggaran sangat penting untuk bisnis.

Mempelajari langkah-langkah untuk mengelola manajemen anggaran yang ada dapat membantu pemilik bisnis atau manajer mengambil tanggung jawab ini secara lebih efektif.

Secara umum budget atau anggaran adalah proses perkiraan atau memperhitungkan antara harta atau pendapatan yang dimiliki dengan pengeluaran untuk kebutuhan di masa mendatang.

Dasar perkiraannya pun berbagai macam yaitu data, peristiwa di masa lalu, risiko di masa depan. Perkiraan-perkiraan tersebut kemudian dianalisis dan diukur dengan kemampuan Anda untuk memenuhi tujuan yang ingin dicapai.

Singkatnya, budgeting adalah proses dimana Anda memperkirakan berapa uang yang harus Anda keluarkan berdasarkan kemampuan Anda mengeluarkan uang tersebut.

Namun, anggaran juga bukan hanya sebatas pada keuangan pribadi tapi juga keuangan bisnis yang disebut dengan anggaran perusahaan.

Anggaran perusahaan sendiri adalah sebuah paket rencana yang disusun sesuai dengan tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan dalam satu periode mendatang yang diukur dengan satuan unit moneter.

Penganggaran juga termasuk bagian dari ilmu mikro ekonomi yang menunjukkan bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan melakukan trade-off yaitu meletakkan aspek tertentu dan mengganti aspek lainnya untuk mendapatkan goals yang akan dicapai organisasi atau perusahaan tersebut.

Seperti yang sudah dijelaskan di atas manfaat dan tujuan anggaran adalah memberikan gambaran pada perusahaan atau organisasi terhadap bottom line atau goals yang akan dicapai pada periode tertentu.

Lalu fungsi lainnya dari penganggaran atau budgeting yaitu:

- A. Sebagai bentuk komunikasi bottom-up kepada pihak manajemen tinggi atau pihak terkait dalam suatu proyek atau pekerjaan pada periode tertentu. Sehingga manajemen tahu apa yang menjadi prioritas pengeluaran.
- B. Sebagai bahan penilaian kelayakan suatu pekerjaan atau proyek yang akan dilakukan.
- C. Sebagai bahan review perencanaan terhadap keuangan organisasi atau perusahaan untuk menentukan resource apa yang pantas digunakan berdasarkan nilai keuangan.
- D. Sebagai alat ukur, pembanding, evaluasi, kontrol terhadap performa kegiatan atau proyek yang telah dikerjakan.
- E. Memastikan bisnis berjalan sesuai rencana dan komitmen. Sehingga segala pengeluaran terukur.
- F. Mengukur sisa keuangan yang nantinya bisa digunakan untuk periode selanjutnya.
- G. Sebagai acuan dalam mengambil keputusan dalam menerapkan metode pelaksanaan sehingga sumber daya yang tersedia dapat dimaksimalkan.

3.2. Mengapa Manajemen Anggaran Penting dalam Bisnis?

3.2.1. Membantu dalam perencanaan operasi yang sebenarnya

Proses tersebut membuat manajer mempertimbangkan bagaimana kondisi dapat berubah dan langkah apa yang perlu mereka ambil, sementara juga memungkinkan manajer untuk memahami bagaimana mengatasi masalah ketika masalah itu muncul.

3.2.2. Mengkoordinasikan kegiatan organisasi

Penganggaran mendorong manajer untuk membangun hubungan dengan bagian lain dari operasi dan memahami bagaimana berbagai departemen dan tim berinteraksi satu sama lain dan bagaimana mereka semua mendukung organisasi secara keseluruhan.

3.2.3. Mengkomunikasikan rencana ke berbagai manajer

Mengkomunikasikan rencana kepada manajer merupakan aspek sosial yang penting dari proses, yang memastikan bahwa setiap orang mendapatkan pemahaman yang jelas tentang bagaimana mereka mendukung organisasi.

Ini mendorong komunikasi tujuan, rencana, dan inisiatif individu, yang semuanya bersatu untuk mendukung pertumbuhan bisnis. Hal ini juga memastikan individu yang tepat dibuat bertanggung jawab untuk mengimplementasikan anggaran.

3.2.4. Memotivasi manajer untuk berusaha mencapai tujuan anggaran

Penganggaran membuat manajer fokus pada partisipasi dalam proses anggaran.

Ini memberikan tantangan atau target bagi individu dan manajer dengan menghubungkan kompensasi dan kinerja mereka relatif terhadap anggaran.

3.2.5. Mengontrol aktivitas

Manajer dapat membandingkan pengeluaran aktual dengan anggaran untuk mengontrol aktivitas keuangan.

3.2.6. Mengevaluasi Kinerja Manajer

Penganggaran menyediakan sarana untuk menginformasikan manajer tentang seberapa baik kinerja mereka dalam memenuhi target yang telah mereka tetapkan.

3.3. Jenis Anggaran

Kerangka anggaran yang kuat dibangun di sekitar anggaran induk yang terdiri dari anggaran operasional, anggaran belanja modal, dan anggaran kas.

Anggaran gabungan menghasilkan laporan laba rugi yang dianggarkan, neraca, dan laporan arus kas.

3.3.1. Anggaran Operasional

Pendapatan dan biaya terkait dalam operasi sehari-hari dianggarkan secara rinci dan dibagi ke dalam kategori utama seperti pendapatan, gaji, tunjangan, dan biaya non-gaji.

Anggaran operasi atau operasional, menguraikan dana yang Anda perlukan untuk membuat bisnis Anda berjalan secara efisien dan sukses selama suatu periode.

Ini terdiri dari semua pendapatan dan pengeluaran yang diharapkan perusahaan Anda gunakan untuk operasinya.

Anggaran operasional biasanya merinci hal-hal seperti biaya tetap dan variabel, pendapatan, dan pengeluaran lainnya.

Seperti anggaran bisnis biasa, banyak bisnis cenderung membuat anggaran operasional tahunan baru di akhir tahun.

Dengan begitu, mereka dapat merencanakan anggaran mereka sepanjang tahun dan menetapkan tujuan keuangan. Namun, tidak ada yang diatur dalam batu.

Sebuah bisnis dapat mengubah anggaran operasinya sepanjang tahun (misalnya, setiap bulan) untuk memastikannya up-to-date dengan setiap perubahan operasional.

Membuat anggaran operasional dapat bermanfaat bagi bisnis kecil Anda. Anggaran operasional dapat:

- a. Membantu Anda mengelola pengeluaran saat ini
- b. Memproyeksikan biaya masa depan
- c. Kurangi hutang bisnis
- d. Menetapkan akuntabilitas keuangan
- e. Bantu bisnis Anda tetap pada jalurnya

Jadi definisi sederhana dari anggaran operasi adalah dokumen yang memperhitungkan input dan output keuangan bisnis (pendapatan dan pengeluaran) untuk jangka waktu tertentu.

Semakin pendek periode waktu yang dicakup oleh anggaran operasional, semakin akurat anggaran tersebut.

Banyak bisnis menyelesaikan anggaran operasional untuk kuartal fiskal pada suatu waktu, misalnya, atau bahkan hingga satu tahun.

Perusahaan dan organisasi menggunakan anggaran operasi untuk merencanakan keputusan bisnis dan mengikuti perubahan dalam situasi keuangan mereka.

Anggaran operasional dapat bervariasi dari bisnis ke bisnis. Beberapa bisnis mungkin memerlukan bagian yang berbeda atau tambahan untuk anggaran mereka daripada yang lain.

Sejumlah anggaran lain membentuk anggaran operasional Anda. Meskipun dapat bervariasi, beberapa komponen utama anggaran operasional mencakup bagian-bagian berikut:

3.3.1.1. Anggaran penjualan

Bagian dari anggaran operasional Anda adalah membuat anggaran penjualan. Anggaran penjualan Anda menjabarkan proyeksi berapa banyak layanan dan/atau produk yang akan dijual bisnis Anda dan berapa banyak pendapatan yang akan Anda peroleh dari penjualan tersebut.

Memproyeksikan penjualan bisnis Anda memungkinkan Anda untuk merencanakan dan melakukan penyesuaian terhadap pengeluaran Anda.

Untuk membuat anggaran penjualan Anda, mulailah dengan membuat daftar semua produk dan layanan yang dijual perusahaan Anda.

Juga termasuk masing-masing poin harga mereka. Setelah Anda membuat daftar, lihat angka penjualan tahun sebelumnya untuk memproyeksikan berapa banyak setiap produk/layanan yang Anda rencanakan untuk dijual setiap bulan di tahun mendatang.

Ingatlah bahwa hal-hal seperti ekonomi, kebijakan harga, dan pesaing dapat memengaruhi anggaran penjualan Anda. Pikirkan tentang faktor-faktor ini saat membuat anggaran penjualan Anda.

3.3.1.2. Anggaran produksi

Komponen lain dari anggaran operasi adalah anggaran produksi. Anggaran produksi Anda memberi tahu Anda berapa banyak unit setiap produk yang harus diproduksi untuk memenuhi kebutuhan penjualan dan persyaratan inventaris.

Anggaran produk dan penjualan Anda berjalan beriringan. Gunakan anggaran penjualan Anda untuk membantu membuat anggaran produksi Anda (misalnya, unit yang Anda harapkan untuk dijual sepanjang tahun).

Untuk menyusun anggaran produksi tahunan, kumpulkan informasi berikut:

- 1) Perkiraan jumlah unit yang akan terjual (berdasarkan data tahun lalu)
- 2) Tingkat persediaan akhir yang diperlukan
- 3) Jumlah unit di inventaris awal Anda, jika ada

Hitung jumlah unit yang harus diproduksi untuk setiap produk dengan menggunakan rumus di bawah ini:

Unit yang Diproduksi = Penjualan Unit yang Diharapkan + Unit dalam Persediaan Akhir – Unit dalam Persediaan Awal

Gunakan rumus untuk menghitung jumlah unit yang perlu Anda produksi untuk setiap barang Anda.

Anggaran produksi Anda juga membantu menentukan aspek lain dari anggaran operasional Anda nanti, termasuk bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan anggaran overhead

3.3.1.3. Anggaran bahan langsung

Setelah Anda membuat anggaran penjualan dan produksi, saatnya untuk menetapkan anggaran bahan langsung. Anggaran bahan langsung Anda menentukan jumlah unit bahan baku yang perlu dibeli oleh bisnis Anda untuk proses produksinya.

Bahan mentah dapat mencakup hal-hal seperti baja, bensin, kayu, atau plastik. Anggaran bahan langsung menggunakan jumlah unit yang akan diproduksi dari anggaran produksi Anda.

Ini juga mencakup tingkat persediaan akhir yang diperlukan untuk bahan baku dan jumlah unit dalam persediaan awal (jika ada).

Anggaran bahan langsung menyatakan biaya dan jumlah setiap jenis bahan baku yang dibutuhkan bisnis. Siapkan anggaran bahan langsung yang terpisah untuk setiap jenis bahan baku.

3.3.1.4. Anggaran tenaga kerja langsung

Setelah Anda menetapkan anggaran bahan langsung untuk periode mendatang, Anda perlu membuat anggaran tenaga kerja langsung.

Anggaran tenaga kerja langsung menunjukkan jumlah jam tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja untuk menentukan total biaya tenaga kerja langsung.

Jam untuk tenaga kerja langsung ditentukan oleh hubungan antara tenaga kerja dan output.

Anda dapat menemukan unit tenaga kerja langsung Anda dengan melihat komponen anggaran produksi Anda (misalnya, unit yang akan diproduksi).

Untuk menemukan biaya tenaga kerja langsung untuk suatu periode, ambil jumlah unit yang Anda rencanakan untuk diproduksi (dari anggaran produksi Anda) dan kalikan dengan jam tenaga kerja langsung per unit (berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk memproduksi satu unit).

Kemudian, ambil totalnya dan kalikan dengan berapa biaya yang Anda keluarkan untuk memproduksi satu unit per jam (misalnya, berapa biaya tenaga kerja).

Total Jam Tenaga Kerja Langsung = Unit untuk Memproduksi X Jam Tenaga Kerja Langsung Per Unit

Biaya Tenaga Kerja Langsung = Total Jam Tenaga Kerja Langsung X Biaya Per Jam

3.3.1.5. Anggaran overhead

Anggaran overhead Anda mencakup biaya overhead variabel dan tetap untuk tahun tersebut (atau periode lain). Biaya variabel dapat bervariasi berdasarkan aktivitas penjualan Anda (mis., komisi dan tenaga kerja langsung). Misalnya, jika penjualan tinggi, biaya variabel Anda meningkat. Biaya variabel Anda berfluktuasi dari bulan ke bulan.

Biaya tetap tetap sama, terlepas dari penjualan Anda. Itu adalah biaya yang harus Anda bayar untuk menjalankan bisnis Anda (misalnya, sewa dan asuransi). Tidak seperti biaya variabel, biaya tetap biasanya tetap sama setiap bulannya.

Cantumkan semua biaya overhead variabel dan tetap Anda di bagian anggaran overhead Anda.

3.3.1.6. Anggaran biaya umum dan administrasi

Sertakan bagian pengeluaran umum dan administrasi dalam anggaran operasional Anda.

Komponen ini mencakup biaya operasional tetap dan variabel untuk area umum dan administrasi bisnis Anda.

Seperti anggaran overhead Anda, perinci pengeluaran tetap dan variabel Anda untuk anggaran umum dan administrasi Anda.

Sekali lagi, biaya tetap dapat mencakup hal-hal seperti utilitas dan gaji, sedangkan biaya variabel dapat berupa bahan langsung dan komisi penjualan.

Sertakan semua pengeluaran umum dan administrasi Anda untuk tahun ini dalam bagian anggaran Anda ini.

3.3.1.7. Biaya modal

Beberapa anggaran operasi juga mencakup biaya modal, atau uang yang dikeluarkan untuk memelihara aset seperti gedung dan fasilitas, tetapi beberapa tidak.

Pertimbangkan dampak biaya modal pada pendapatan dan pengeluaran Anda saat memutuskan apakah akan memasukkan item ini ke dalam anggaran operasional Anda atau di tempat lain.

Jika Anda kesulitan membuat dan mengkalkulasi data anggaran operasional secara manual, Anda bisa mencoba menggunakan software akuntansi yang memiliki fitur terlengkap seperti Kledo. Kledo adalah software akuntansi yang akan memudahkan Anda dalam membuat laporan keuangan yang mendalam dan memudahkan Anda dalam mengambil keputusan, termasuk dalam membuat anggaran.

3.3.1.8. Cara Membuat dan Contoh Anggaran Operasional

Sekarang setelah Anda tahu komponen dalam membuat anggaran operasi, mari kita lihat contohnya dalam sebuah bisnis.

Untuk contoh ini, kita akan menggunakan hal sederhana dan melihat anggaran operasi tahunan.

Perlu diingat bahwa Anda dapat menggunakan periode apa pun yang Anda inginkan saat membuat anggaran operasional bisnis Anda (misalnya, triwulanan, bulanan, dll.).

Katakanlah bisnis Anda menjual topi. Anda berharap untuk menjual 5.000 topi (alias unit) tahun depan. Anda menjual setiap topi seharga 30.000 masing-masing, membuat total penjualan Anda untuk tahun 150.000.000 (5.000 X 30.000).

Anggaran penjualan Anda untuk tahun depan akan terlihat mirip dengan ini:

Uraian	Total Tahunan
Unit	5.000
Harga Jual	30.000
Total Penjualan	150.000

Untuk contoh ini, katakanlah Anda hanya menjual satu jenis topi. Sekali lagi, Anda berharap untuk menjual 5.000 topi / unit tahun depan (dari anggaran penjualan Anda).

Persediaan akhir yang diperlukan adalah 200 topi dan inventaris awal Anda adalah 500. Lihatlah seperti apa anggaran produksi Anda:

Penjualan	5.000 unit
Q Akhir yang Diperlukan	200 unit
Unit yang Diperlukan (Penjualan + Mengakhiri Inventaris)	5.200 unit
Inventaris Awal	500 unit
Unit untuk Menghasilkan (Unit Diperlukan – Persediaan Awal)	4.700 unit

Berdasarkan anggaran produksi di atas, Anda perlu menghasilkan 4.700 sepanjang tahun.

Selanjutnya, mari kita lihat anggaran bahan langsung Anda. Berdasarkan anggaran produksi Anda, Anda memiliki 4.700 unit untuk diproduksi tahun depan.

Anda membutuhkan dua potong kain untuk membuat setiap topi. Biaya per unit Anda adalah 1.000. Anda tidak memiliki persediaan akhir yang diperlukan. Namun, Anda memiliki persediaan awal 1.000 unit kain.

Lihatlah cara memecah anggaran bahan langsung Anda:

Unit untuk Memproduksi	4.700
Kain Per Unit	2
Persediaan Akhir yang Diperlukan	0
Total Unit yang Diperlukan (Unit untuk Menghasilkan Kain X Per Unit + Persediaan Akhir yang Diperlukan)	9.400
Inventaris Awal	1.000
Unit untuk Pembelian (Total Unit Diperlukan – Persediaan Awal)	8.400
Biaya Per Unit	1.000
Biaya Bahan Baku	8.400.000

Untuk anggaran tenaga kerja langsung Anda, dibutuhkan tiga jam kerja untuk membuat satu topi, dan setiap jam kerja berharga 12.000.

Biaya Anda untuk tenaga kerja langsung adalah 28.200.000. Inilah bagaimana anggaran tenaga kerja langsung Anda untuk tahun ini akan terlihat:

Unit untuk Memproduksi	4.700
Jam Kerja Langsung Per Unit	0.5
Total Jam Kerja Langsung (Unit untuk Menghasilkan X Jam Kerja Langsung Per Unit)	2.350
Biaya Per Jam Kerja	12.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung (Total Jam Kerja Langsung X Biaya Per Jam Kerja)	28.200.000

Sekali lagi, anggaran overhead Anda mencakup biaya tetap dan variabel. Anda memiliki biaya tetap dan variabel dalam contoh ini. Periksa seperti apa bagian anggaran overhead Anda dari anggaran operasi Anda:

Biaya Variabel	
Pemeliharaan	2.000.000
Total Biaya Variabel	2.000.000
Biaya Tetap	
Sewa	12.000.000
Asuransi	1.800.000
Total Biaya Tetap	13.800.000
Total Biaya Overhead (Total Biaya Variabel + Total Biaya Tetap)	15.800.000
Total Jam Kerja Langsung	2.350

Tarif Overhead (Total Biaya Overhead / Total Jam Kerja Langsung)	6.723
---	-------

Untuk **anggaran pengeluaran umum dan administrasi**, Anda juga memiliki beberapa biaya tetap dan variabel. Berikut adalah apa yang akan terlihat seperti:

Biaya Variabel	
Tidak	0
Biaya Tetap	
Perlengkapan Kantor	1.000.000
Utilitas	1.800.000
Total Biaya Umum dan Administrasi	2.800.000

Anda memiliki anggaran sebesar 2.800.000 untuk biaya umum dan administrasi Anda.

3.3.2. Anggaran Modal

Anggaran modal biasanya permintaan untuk pembelian aset besar seperti properti, peralatan, atau sistem TI yang menciptakan tuntutan besar pada arus kas organisasi.

Tujuan anggaran modal adalah untuk mengalokasikan dana, mengendalikan risiko dalam pengambilan keputusan, dan menetapkan prioritas.

3.3.3. Anggaran Kas

Anggaran kas atau yang dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *cash budget* merupakan sebuah anggaran yang disusun oleh perusahaan untuk membuat perkiraan penerimaan dan pengeluaran kas dalam suatu periode tertentu.

Selain untuk membuat taksiran kas, *cash budget* juga berfungsi untuk menjaga likuiditas aset perusahaan. Sehingga penyusunan *cash budget* mutlak dilakukan oleh entitas bisnis.

Guna efisiensi dan efektivitas manajemen kas, perusahaan harus mempunyai *planning* apabila terjadi kekurangan atau kelebihan kas.

Apabila perusahaan sedang mengalami kekurangan kas, maka dapat diantisipasi dengan mencari sumber dana lain untuk mendapatkan suntikan dana tunai.

Sedangkan jika perusahaan sedang mengalami surplus kas, maka kelebihan dana tersebut dapat dimanfaatkan untuk menambah investasi perusahaan.

Anggaran kas adalah proyeksi, dan karena itu bergantung pada proyeksi lain untuk memberikan dasar perhitungannya.

Ketergantungan ini berarti bahwa keakuratan anggaran kas ditentukan oleh keakuratan informasi yang digunakan untuk membuat proyeksinya, dengan data dasar yang lebih akurat memungkinkan Anda untuk lebih akurat memproyeksikan kinerja selama periode waktu yang ditetapkan.

Saat menghitung anggaran kas, pertama-tama identifikasi kebutuhan dan peluang arus kas perusahaan selama periode waktu yang Anda nilai.

Bentuk kebutuhan yang umum termasuk kewajiban pinjaman, pembayaran kepada pemangku kepentingan dan biaya operasional. Peluang dalam satu periode antara lain investasi, pendanaan baru dari pinjaman dan pendapatan operasional.

Anggaran kas digunakan sebagai bagian penting dari perencanaan perusahaan, karena menunjukkan apakah perusahaan memiliki cukup kas yang tersedia untuk menutupi biaya pada periode yang dinilai.

Hasil negatif dari penilaian anggaran kas berarti bahwa perusahaan tidak dapat menutupi biaya operasi jika proyeksi akurat, dan mungkin perlu mengambil pinjaman atau mencari opsi pendanaan tambahan untuk melakukan pembayaran.

Seperti yang sudah kita singgung pada paragraf di atas, cash budget mempunyai fungsi untuk menaksir alur penerimaan dan pengeluaran kas perusahaan serta menjaga likuiditas aset perusahaan.

Namun, masih ada fungsi lainnya, ya. Nah di bawah ini merupakan tujuan penyusunan cash budget yang wajib hukumnya untuk Kawan Kledo ketahui.

- a. Untuk mengetahui keadaan kas perusahaan apakah mengalami surplus atau justru defisit.
- b. Sebagai alat untuk memantau keadaan kas secara kontinyu.
- c. Melakukan penyesuaian kas dengan seluruh modal kerja, biaya yang dikeluarkan, utang yang dilakukan, serta perolehan pendapatan penjualan.
- d. Menunjukkan gambaran posisi kas akhir pada setiap periode akuntansi serta semua kegiatan operasional yang berkaitan dengannya.

- e. Memeriksa kemungkinan terjadinya kelebihan maupun kekurangan kas serta mengambil keputusan untuk mengantisipasinya.
- f. Sebagai alat tolak ukur keberhasilan target yang telah dibuat perusahaan.
- g. Sebagai alat koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan operasional perusahaan.

3.3.3.1. Klasifikasi anggaran kas

Ketika mengklasifikasikan anggaran kas, orang biasanya membaginya menjadi dua kategori.

A. Anggaran kas jangka pendek

Mencakup periode yang diukur dalam minggu atau bulan, sedangkan anggaran kas jangka panjang mencakup periode tahun. Anggaran kas satu tahun kadang-kadang disebut sebagai anggaran kas perantara.

Anggaran kas jangka pendek memungkinkan Anda untuk menguji kelangsungan hidup jangka pendek sebuah perusahaan. Mereka paling bermanfaat ketika memeriksa keberlanjutan kewajiban yang dihadapi perusahaan secara teratur.

Anggaran kas jangka pendek perusahaan dapat memverifikasi bahwa mereka mampu memenuhi tuntutan seperti gaji, tagihan, sewa, dan biaya produksi. Ini akan sering mencakup proyeksi keuangan berdasarkan penjualan dan tagihan akun.

B. Anggaran kas jangka panjang

Memberikan gambaran yang lebih baik tentang kelangsungan hidup perusahaan.

Daripada berfokus pada metrik individu seperti dalam anggaran kas jangka pendek, anggaran kas jangka panjang biasanya menggunakan penilaian tingkat makro perusahaan seperti laporan triwulanan.

Anggaran kas jangka panjang adalah alat yang berguna untuk tugas-tugas yang mencakup penentuan nilai perusahaan sebagai investasi dengan membuat proyeksi bagaimana perusahaan dapat tumbuh selama beberapa tahun.

Jangka waktu yang lebih lama pada anggaran kas jangka panjang membutuhkan lebih banyak proyeksi, yang dapat menyebabkan peningkatan ketidakpastian. Namun, itu juga dapat memberikan wawasan berharga tentang peluang perusahaan untuk sukses dalam jangka panjang.

3.3.3.2. Metode Penyusunan Anggaran Kas

Secara umum, terdapat 3 macam metode penyusunan *cash budget* yakni metode penerimaan dan pembayaran, metode untung dan rugi yang disesuaikan, serta metode neraca.

A. Metode Penerimaan dan Pembayaran

Metode ini, *cash budget* berbentuk kolom yang mempunyai dua bagian. Bagian pertama merupakan bukti tanda terima sedangkan bagian kedua yaitu bukti pembayaran.

Adapun untuk menghitung kas dengan metode ini menggunakan rumus total penerimaan ditambah dengan saldo kas awal kemudian dikurangi jumlah pembayaran untuk mengetahui nilai saldo akhir kas.

Apabila jumlah penerimaan lebih besar daripada pembayaran menandakan terjadi surplus kas. Namun jika yang terjadi sebaliknya, menandakan terjadi defisit kas.

B. Metode Untung dan Rugi yang Disesuaikan

Nama lain metode ini yaitu metode laporan arus kas. Metode ini bertujuan untuk memberikan laporan pendapatan dan pengeluaran secara lebih terperinci guna kepentingan perencanaan jangka panjang perusahaan.

Jika suatu perusahaan menggunakan metode ini, maka keuntungan yang dapat dianggap setara dengan jumlah kas yang tersedia. Kas yang dimaksud dapat berupa kas tunai maupun kas non-tunai.

Penghitungan keuntungan dapat dihitung dengan cara melakukan penyesuaian antara laba di saldo akhir kas ditambah dengan penyusutan yang terjadi, stok barang, provisi, piutang pendapatan, penurunan utang, kenaikan pinjaman yang diberikan kemudian dikurangi dividen, penambahan jumlah utang, pembayaran laba investor, penambahan stok barang, dan penurunan pinjaman.

Ada beberapa komponen yang perlu diperhatikan dalam menyusun anggaran dengan menggunakan metode ini, yaitu:

- a. Saldo awal yang diharapkan.
- b. Laba bersih pada periode berjalan.

- c. Perubahan yang terjadi pada aset dan utang lancar.
- d. Penerimaan dan pengeluaran terhadap modal.
- e. Pembayaran dividen kepada pemegang saham.

C. Metode Neraca

Sebenarnya metode ini mirip dengan metode laporan arus kas. Hanya saja, dalam metode ini seluruh item dicatat pada masing-masing pos rekening kecuali kas.

Nah, ada dua aturan untuk melakukan penilaian cash budget dengan metode ini.

Pertama, apabila sisi utang lebih besar saldonya dibandingkan dengan sisi aset, maka untuk menyamakan kedua sisi menggunakan kas yang tersedia di bank.

Kedua, jika saldo pada sisi aset lebih besar daripada sisi utang maka perlu dilakukan overdraft dengan cara melakukan perlakuan terhadap kredit dari bank ketika saldo pada rekening mempunyai nominal 0.

3.3.3.3. Tips Mudah Menyusun Anggaran Kas

Setelah mengetahui definisi, tujuan, beserta jenis-jenis metode penyusunan cash budget, selanjutnya kami akan menyampaikan informasi bermanfaat cara mudah menyusun anggaran kas. Berikut tips mudah menyusun anggaran kas

- a. Melakukan analisis besaran kas yang masuk ke perusahaan. Langkah ini merupakan hal dasar untuk persiapan penyusunan cash budget. Ketika memulai sebuah bisnis, harus mempunyai saldo kas awal serta melakukan perkiraan berapa target kas yang harus diperoleh setiap bulannya.
- b. Memperkirakan arus keluar perusahaan. Selain kas keluar, juga harus membuat rancangan anggaran kas keluar setiap bulannya. Misalnya pembelian perlengkapan, membayar beban sewa, beban listrik, dan gaji karyawan.
- c. Pastikan arus kas yang masuk lebih besar daripada kas keluar. Supaya bisnis mendapatkan keuntungan, tentu saja kas yang didapat harus lebih besar dari pengeluaran. Apabila yang terjadi sebaliknya, berarti kerugian yang terjadi. Oleh karena itu berhati-hatilah dalam mengelola kas.

- d. Saldo awal bulan selanjutnya merupakan saldo akhir bulan sebelumnya. Misalnya, pada akhir bulan Agustus tercatat saldo akhir kas sebesar 10 juta. Nah, kas 10 juta inilah yang menjadi saldo kas awal untuk bulan September.
- e. Carilah sumber dana lain saat arus kas berubah negatif. Jika arus kas negatif menandakan bahwa perusahaan sedang mengalami kekurangan kas. Maka disarankan untuk mengambil pinjaman dana dari pihak lain untuk melakukan pembiayaan. Sehingga arus kas dapat berubah menjadi positif kembali.
- f. Menyusun anggaran kas secara konsisten. Cash budget merupakan pegangan dalam mengatur bisnis. Dengan rutin melakukan cash budget, tentu akan memberi dampak besar bagi bisnis.

3.4. Tahap Melakukan dan Mengelola Manajemen Anggaran

Saat Anda melakukan manajemen anggaran, Anda akan melihat bahwa proses penganggaran bisnis dimulai dengan melihat ke belakang pada pendapatan dan pengeluaran Anda sebelumnya.

Semakin lama Anda menjalankan bisnis, semakin mudah proses ini, karena Anda akan memiliki lebih banyak data untuk dilihat kembali saat Anda beralih ke pembuatan anggaran yang berorientasi pada masa depan.

Namun, jika bisnis Anda masih baru, Anda mungkin harus melakukan penelitian yang lebih ekstensif tentang biaya umum dalam industri atau area Anda untuk mengumpulkan perkiraan kerja untuk perkiraan keuangan Anda.

Berikut adalah beberapa tahapan yang akan Anda lewati dalam melakukan manajemen anggaran.



3.4.1. Memeriksa pendapatan Anda

Langkah pertama dalam setiap proses membuat anggaran adalah melihat ke belakang pada bisnis Anda yang ada dan menemukan semua nilai pendapatan Anda.

Tambahkan semua sumber pendapatan itu bersama-sama untuk menemukan uang yang masuk ke bisnis Anda setiap bulan.

Saat menemukan penghasilan Anda, pastikan untuk menghitung pendapatan, bukan keuntungan.

Pendapatan Anda adalah semua uang yang masuk ke bisnis sebelum biaya dikurangi. Laba adalah apa yang tersisa setelah biaya dikurangi.

Setelah Anda mengidentifikasi semua aliran pendapatan Anda, hitung pendapatan bulanan Anda.

Penting untuk melakukan ini selama beberapa bulan — dan sebaiknya setidaknya selama 12 bulan sebelumnya, asalkan Anda memiliki banyak data yang tersedia.

Dengan 12 bulan (atau lebih) informasi, Anda dapat memeriksa bagaimana pendapatan bulanan Anda berubah dari waktu ke waktu dan mencari pola musiman.

Bisnis Anda mungkin mengalami penurunan setelah liburan, misalnya, atau selama bulan-bulan musim panas.

Mengetahui tentang perubahan musim ini akan memastikan bahwa Anda dapat mempersiapkan diri lebih awal untuk bulan-bulan yang lebih ramping, dan memberi diri Anda bantalan keuangan.

3.4.2. Membuat daftar biaya dalam bisnis

Langkah selanjutnya dalam melakukan manajemen anggaran adalah untuk meneliti biaya untuk bisnis. Juga, mengevaluasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi biaya input selama periode anggaran harus dilakukan.

Berikut adalah biaya yang terjadi dalam bisnis:

3.4.2.1. Biaya tetap

3.4.2.1.1. Pengertian Biaya Tetap

Biaya tetap atau *fixed cost* adalah biaya yang tidak berubah nilainya untuk perusahaan berdasarkan permintaan akan suatu produk. Ini adalah biaya yang harus dibayar perusahaan untuk melakukan bisnis. Mereka adalah salah satu dari banyak biaya yang dikeluarkan bisnis.

Biaya umumnya dapat dikategorikan pada laporan laba rugi dalam salah satu dari tiga cara:

- a. Biaya tidak langsung: Biaya yang tidak sesuai dengan objek biaya.
- b. Biaya langsung: Biaya yang berlaku untuk objek biaya.
- c. Biaya modal: Biaya tetap, kejadian tunggal yang biasanya merupakan investasi dalam hal-hal seperti arsitektur dan infrastruktur.

Ini juga dijelaskan sebagai kewajiban jangka panjang atau jangka pendek pada neraca perusahaan. Dalam format ini, biaya tetap dan biaya variabel membentuk keseluruhan tampilan pengeluaran perusahaan.

Biaya tetap, adalah biaya yang biasanya dinegosiasikan dan dengan demikian, mereka tidak bergantung pada produksi. Mereka termasuk kontrak. Misalnya, sewa atas peralatan yang diperlukan untuk memenuhi proyek selama satu tahun mungkin merupakan biaya tetap jika struktur pembayarannya tidak berubah-ubah.

Biaya modal dalam bisnis juga selalu tetap karena merupakan kejadian tunggal tanpa kemungkinan fluktuasi.

Biaya tetap dapat berubah dari waktu ke waktu, tetapi tidak selama periode kontrak. *Fixed cost* dapat diandalkan, dan akuntan harus dapat dengan mudah membedakannya dari biaya variabel karena alasan ini.

Jadi mari kita ingat apa itu *fixed cost*. Ini adalah biaya yang dikeluarkan terlepas dari berapa banyak produk atau layanan yang disediakan bisnis. Jadi apakah sebuah perusahaan memproduksi 1 hamburger atau 100 pcs, biayanya tetap sama.

Sekarang mari kita lihat beberapa contohnya:

Beberapa Contoh Biaya Tetap

1. Gedung/Pabrik Baru

Ketika sebuah bisnis menginvestasikan 10 milyar di pabrik baru, itu dianggap sebagai biaya tetap. Ini adalah biaya satu kali yang tidak bervariasi berdasarkan output.

Dalam istilah akuntansi, penyusutanlah yang dianggap sebagai cara dalam menghitung tetap. Misalnya, jika pabrik itu akan bertahan 10 tahun, akan ada depresiasi tahunan sebesar 1 milyar per tahun.

Jadi daripada memiliki *fixed cost* satu kali sebesar 10 milyar, biaya diamortisasi sehingga biaya tersebut dibagi selama 10 tahun.

Secara efektif, pabrik memiliki nilai sebagai aset selama 10 tahun – hingga tidak lagi produktif. Karena berpotensi untuk dijual dan menghasilkan output selama x beberapa tahun, ia masih memiliki nilai.

Jadi meskipun mungkin membutuhkan biaya 10 milyar untuk membelinya, itu masih dilihat sebagai aset dalam istilah akuntansi. Dengan kata lain, 10 milyar tidak dibelanjakan melainkan diinvestasikan dalam aset atau saham. Hanya setelah nilai aset mulai menurun yang dapat kita anggap sebagai biaya tetap.

2. Sewa

Sewa adalah biaya tahunan atau bulanan yang merupakan biaya tetap – karena bisnis harus membayar terlepas dari berapa banyak pelanggan yang dilayaninya.

Misalnya, seorang tukang cukur harus membayar sewa toko bulanan terlepas apakah mereka memotong rambut satu orang atau dua puluh orang. Ini mungkin meningkat sejalan dengan inflasi, tetapi tetap untuk jangka waktu tertentu.

3. Gaji Kontrak

Gaji kontrak berhubungan dengan gaji tahunan karyawan bisnis. Setelah dikontrak, ini dihitung sebagai *fixed cost* bulanan dan tahunan. Karyawan tersebut mungkin sibuk dan menghasilkan 10 kali lipat dari output normal, atau, mereka mungkin sangat tidak produktif dan menghasilkan setengahnya.

Tidak peduli seberapa produktif karyawan tersebut, biayanya tetap. Sebaliknya jam lembur, atau pembayaran berbasis insentif akan dihitung sebagai biaya variabel karena ini akan bervariasi dari bulan ke bulan dan meningkat seiring dengan output.

4. Asuransi

Bisnis harus membayar bentuk asuransi yang berbeda setiap tahun. Ini adalah *fixed cost* karena tidak peduli berapa banyak produk atau layanan yang mereka sediakan, mereka tetap harus membayar asuransi.

Banyak pemilik bisnis yang berpikir bahwa ini adalah variabel, karena biaya asuransi dapat meningkat seiring dengan bertambahnya perusahaan. Misalnya, biaya untuk mengasuransikan perusahaan multinasional besar jauh lebih tinggi daripada toko ibu dan pop lokal.

Namun, ini adalah *fixed cost* karena asuransi dibebankan berdasarkan risiko daripada output. Biaya asuransi meningkat sejalan dengan risiko daripada tingkat output.

Selanjutnya, harga asuransi tidak bereaksi terhadap peningkatan produksi secara bertahap seperti halnya biaya variabel. Dengan kata lain, produksi dapat meningkat sebesar 10, tetapi tidak berdampak pada harga asuransi sebagai *fixed cost*.

5. Bunga

Saat mengambil pinjaman, ada sejumlah opsi suku bunga tetap yang tersedia. Jika bisnis mengambil opsi seperti itu, ini dapat dihitung sebagai *fixed cost*.

Biaya pinjaman jatuh tempo setiap bulan atau tahun, terlepas dari berapa banyak barang yang diproduksi dan dijual oleh bisnis.

6. Periklanan

Dengan sendirinya, iklan tidak melakukan apa pun untuk meningkatkan output. Ini tidak seperti karyawan tambahan, atau biaya untuk menyalakan lampu dan mesin selama satu jam tambahan.

Ini adalah *fixed cost*, karena bisnis menetapkan anggaran iklan, yang cenderung hanya bervariasi dari kuartal ke kuartal. Selain itu, biaya iklan tetap harus dibayar baik bisnis tersebut melayani satu pelanggan atau satu juta pelanggan.

3.4.2.1.2. Mengapa Biaya Tetap itu Penting?

Biaya tetap membantu bisnis memproyeksikan dan memprediksi kebutuhan mereka saat ini dan masa depan.

Berikut adalah beberapa cara bisnis menerapkan *fixed cost* untuk lebih memahami kebutuhan produksi dan kepentingan moneter mereka:

a. Stabilitas keuntungan

Jika bisnis memiliki *fixed cost* yang terlalu tinggi, penurunan penjualan dapat membuat margin keuntungan mereka turun lebih cepat daripada bisnis yang memiliki lebih banyak biaya variabel.

b. Praktik akuntansi

Akuntan menggunakan biaya tetap sebagai bagian dari sejumlah perhitungan dan laporan yang mereka siapkan untuk pemangku kepentingan. Tanpa pemahaman yang jelas tentang *fixed cost*, mereka tidak akan dapat melakukan praktik akuntansi standar ini.

c. Skala ekonomi

Biaya tetap dapat menciptakan skala ekonomi di mana harga per unit produksi turun dari waktu ke waktu, karena produksi unit meningkat, menghasilkan profitabilitas yang lebih besar.

d. Menginformasikan keputusan bisnis

Biaya tetap per unit dapat memengaruhi keputusan bisnis yang membantu meningkatkan margin keuntungan.

3.4.2.1.3. Cara Menghitung Biaya Tetap

Untuk menentukan *fixed cost* yang dikeluarkan organisasi Anda, ikuti langkah-langkah berikut:

1. Buat daftar semua biaya dalam bisnis

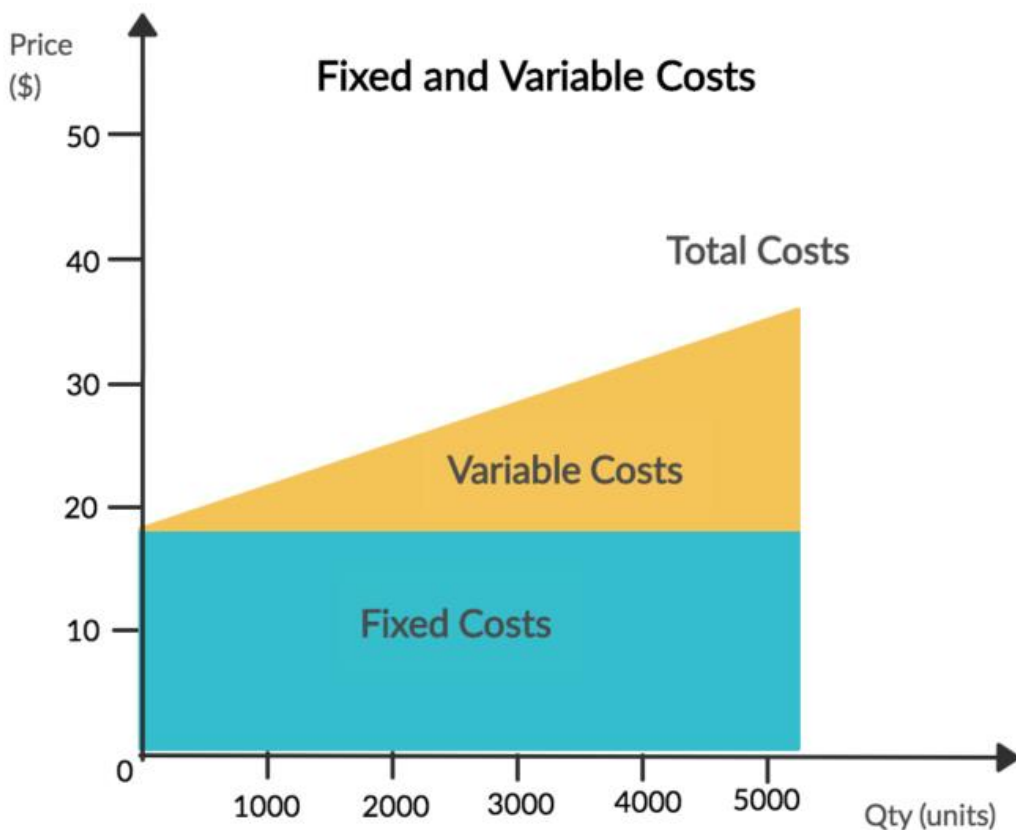
Langkah pertama dalam menentukan *fixed cost* Anda adalah membuat daftar semua biaya yang dikeluarkan oleh bisnis Anda. Beberapa dari biaya ini akan tetap dan beberapa akan

menjadi variabel, tetapi langkah pertama yang baik dalam menentukan *fixed cost* adalah memahami gambaran total biaya yang berkaitan dengan bisnis Anda.

2. Perhatikan setiap jenis biaya

Terkadang ketika orang mulai mengumpulkan informasi biaya mereka, mereka melewatkan barang-barang ini yang mudah diabaikan. Bayar pertimbangan khusus untuk fixed cost berikut:

- a. Tenaga Kerja: Biaya tenaga kerja Anda
- b. Izin dan hukum: Jika Anda memerlukan izin dengan dari otoritas terkait, biaya tersebut harus diterapkan di sini.
- c. Biaya perawatan: Ini mudah diabaikan karena sulit diprediksi, tetapi pastikan untuk memperhitungkan perawatan rutin untuk peralatan, tools, dan bangunan.



3. Menentukan biaya mana yang tetap dan mana yang variabel

Dengan seluruh gambaran biaya Anda secara lengkap, Anda harus menentukan biaya mana yang merupakan *fixed cost* dan mana yang variabel. Ini cukup mudah ketika Anda

mempertimbangkan apakah sesuatu dikontrak pada tingkat tertentu atau tidak, dan apakah tingkat biaya berfluktuasi dari bulan ke bulan berdasarkan variabel. Buat dua kolom pada spreadsheet, dan beri label satu untuk *fixed cost* dan yang lainnya untuk biaya variabel.

Kemudian pisahkan biaya tetap Anda dari biaya variabel Anda. Di bagian bawah kolom *fixed cost*, Anda dapat membuat fungsi yang menghasilkan jumlah semua baris dalam kolom. Jumlah ini adalah total *fixed cost* Anda.

4. Tentukan biaya tetap per unit

Dengan total biaya tetap yang ditentukan, Anda dapat mulai mendapatkan wawasan tambahan. Salah satu wawasan tersebut adalah *fixed cost* per unit. Untuk sampai pada angka ini, Anda hanya perlu melakukan perhitungan sederhana:

$$\text{Biaya Tetap per Unit} = (\text{Jumlah Biaya Tetap}) / (\text{Jumlah Total Unit})$$

Dengan angka ini, Anda dapat mulai memahami bagaimana *fixed cost* berhubungan dengan produksi individu dan jenis produksi apa yang dibutuhkan untuk mendapatkan keuntungan.

5. Hitung biaya tetap masa depan

Anda juga dapat menggunakan informasi ini untuk menghitung biaya tetap masa depan yang penting untuk proyeksi keuangan. Jika Anda tahu *fixed cost* Anda akan mendekati tahun yang sama dari tahun ke tahun, Anda dapat memproyeksikan berapa *fixed cost* Anda dalam lima tahun atau sepuluh tahun. Ketika Anda melakukan ini, Anda juga harus memperhitungkan faktor-faktor yang lebih kompleks seperti depresiasi aset.

3.4.2.1.4. Dampak Biaya Tetap pada Pasar



Dalam industri yang memiliki biaya tetap tinggi, persaingan cenderung berkonsolidasi. Artinya ada lebih sedikit pesaing daripada di bawah pasar persaingan sempurna.

Ini karena tidak efisien bagi sepuluh perusahaan terpisah untuk mengeluarkan *fixed cost* yang sama sepuluh kali lipat.

“Pasar yang memiliki biaya tetap tinggi cenderung melihat konsolidasi.”
Mungkin biaya setiap bisnis \$ 1 juta dalam *fixed cost* untuk memasuki pasar.

Di sepuluh bisnis, ini sama dengan \$10 juta. Katakanlah *fixed cost* ini untuk pembangunan pabrik – yang mampu memproduksi 100 unit per tahun.

Namun, permintaan untuk produk tersebut hanya 500. Setiap pesaing dapat memproduksi masing-masing 50 unit dan dengan demikian memenuhi permintaan. Ini berhasil, tetapi dengan biaya per unit yang lebih tinggi.

Dengan *fixed cost* \$1 juta, ini menghasilkan \$100.000 per unit, per bisnis, per tahun. Kami menghitung ini dengan membagi biaya tetap dengan kuantitas yang diproduksi – \$1 juta / 100 unit.

Sebaliknya, jika setiap bisnis hanya memproduksi 50. Ini berarti ada biaya \$200.000 per unit, per bisnis, per tahun.

Jadi untuk industri dengan *fixed cost* tinggi, lebih murah dan lebih efisien karena lebih sedikit pesaing untuk memasok barang dan jasa. Ambil maskapai penerbangan misalnya. Biaya satu pesawat individu bisa mencapai \$300 juta.

tu adalah biaya yang sangat besar, terutama jika pesawat hanya mengisi setengah dari pesawat. Pada gilirannya, *fixed cost* yang tinggi ini dapat menghalangi pesaing potensial memasuki pasar.

Sederhananya, industri dengan biaya tetap tinggi memiliki break even point yang jauh lebih tinggi daripada industri dengan biaya variabel murni. Mengambil contoh maskapai penerbangan lagi – dengan *fixed cost* lebih dari \$300 juta, dibutuhkan ribuan, jika tidak jutaan pelanggan untuk mencapai titik impas.

Setelah titik ini, biaya setiap penjualan hanya bergantung pada biaya variabel yang sangat rendah, yang berarti keuntungan yang lebih tinggi.

Menyatukan semua ini – industri dengan biaya tetap tinggi akan menghadapi persaingan yang lebih rendah daripada jenis industri lainnya. Ini karena sering kali ada titik impas yang tinggi – artinya mereka perlu melakukan penjualan yang signifikan hanya untuk bertahan dalam bisnis.

Ini mengurangi tingkat persaingan. Namun, pada saat yang sama, itu berarti ketika titik impas itu terpenuhi; margin keuntungan bisa sangat besar.

3.4.2.1.5. Tips Efisiensi Biaya Tetap

Secara alami, semakin Anda dapat mengurangi biaya, semakin besar profitabilitas perusahaan Anda. Namun, tantangan yang dihadapi banyak perusahaan adalah bahwa mereka tidak dapat menurunkan biaya tetap tanpa memengaruhi kualitas.

Meskipun demikian, terkadang Anda dapat mengambil langkah-langkah untuk mengurangi biaya tetap, seperti:

- a. Pindah ke gedung kantor atau gudang dengan harga sewa yang lebih rendah
- b. Negosiasi untuk pembayaran sewa yang lebih rendah
- c. Menyewakan kembali ruang yang tidak terpakai kepada penyewa lain yang dapat membayar sewa
- d. Mengurangi jumlah karyawan yang Anda miliki atau merekrut karyawan dengan gaji lebih rendah

- e. Meneliti untuk menemukan asuransi dengan premi yang lebih rendah
- f. Pembiayaan ulang atau pembayaran utang untuk menghilangkan atau mengurangi pembayaran bunga

3.4.2.2. Biaya variabel

3.4.2.2.1. Pengertian Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya produksi yang meningkat atau menurun tergantung pada perubahan aktivitas manufaktur perusahaan.

Misalnya, bahan baku yang digunakan sebagai komponen suatu produk dianggap sebagai biaya variabel karena jenis biaya ini biasanya berfluktuasi berdasarkan jumlah unit yang diproduksi.

Biaya variabel cenderung berubah tergantung pada kuantitas output. Dengan kata lain, peningkatan output meningkatkan biaya, sedangkan penurunan output menyebabkan penurunan biaya.

Sebaliknya, biaya tetap sama terlepas dari produksi atau output manufaktur. Oleh karena itu, *variable cost* dapat dianggap sebagai biaya langsung dari volume produksi, naik sebagai respons terhadap peningkatan produksi dan menurun dengan produksi yang lebih rendah.

Berikut adalah beberapa jenis biaya variabel yang paling umum untuk bisnis:

1. Direct material

Direct material atau bahan langsung adalah persediaan bahan baku yang dibeli oleh perusahaan manufaktur atau ritel untuk membuat barang jadi atau barang dagangan. Oleh karena itu, biaya bahan langsung adalah biaya semua item yang digunakan dalam pembuatan suatu produk. Bahan-bahan berwujud ini semuanya harus dapat diukur dan dapat diidentifikasi sebagai kontribusi terhadap produk. Contoh bahan langsung termasuk baja yang digunakan dalam konstruksi bangunan, papan sirkuit yang digunakan dalam perakitan komputer dan kain yang digunakan dalam memproduksi pakaian.

Bahan seperti lem yang digunakan pada sepatu atau minyak yang digunakan pada mesin umumnya tidak dianggap sebagai bahan langsung karena tidak mudah diidentifikasi dalam produk akhir, dan jumlah yang digunakan dalam setiap produk tidak dapat ditentukan. Barang-barang ini sering dikategorikan sebagai persediaan produksi.

2. Bahan kemasan

Bahan yang digunakan untuk mengemas barang dapat dianggap sebagai biaya variabel karena jumlah yang digunakan dapat bervariasi tergantung pada volume penjualan dan produksi.

Beberapa perusahaan memilih untuk mengurangi jumlah bahan kemasan yang digunakan untuk suatu produk ketika volume produksi atau volume penjualan menurun.

Contoh bahan yang digunakan untuk kemasan adalah tas, box, twist ties, plastik pembungkus dan foil. Sebagian besar perusahaan mempertimbangkan biaya bahan kemasan ketika menentukan profitabilitas produk.

Misalnya, perusahaan jasa makanan mungkin menghabiskan sekitar 500.000 untuk bungkus plastik untuk mengemas 2.000 sandwich. Analisis profitabilitas produk mungkin menentukan bahwa biaya produksi dapat diturunkan jika mereka membeli bungkus plastik dalam jumlah besar.

Dengan secara strategis menyesuaikan biaya sebenarnya dari sandwich mereka, mereka dapat menghabiskan dua kali lipat jumlah itu untuk membuat 4.000 sandwich, dan hal itu dapat menghasilkan lebih dari dua kali lipat pendapatan dari penjualan 2.000 sandwich karena skala ekonomi ketika biaya tersebar di lebih tinggi volume keluaran.

3. Biaya tenaga kerja lepas

Ini adalah jumlah yang dibayar pekerja untuk setiap unit yang mereka selesaikan atau jual. Input dari karyawan biasanya menentukan biaya tenaga kerja. Biaya ini juga meningkat atau menurun seiring dengan laju produksi. Perusahaan dapat menggunakan tenaga kerja borongan ketika biaya pemantauan volume produksi harus sesuai dengan kualitas pekerjaan yang dilakukan.

Tenaga kerja borongan juga merupakan metode pembayaran yang lebih disukai ketika produksi membutuhkan personel dengan keterampilan yang bervariasi.

Tenaga kerja borongan termasuk dalam kategori variable cost karena tenaga penjualan hanya dibayar jika mereka dapat menjual produk atau jasa. Karyawan yang melampaui target penjualan berhak menerima komisi.

Komisi penjualan adalah contoh upah borongan karena sering kali bervariasi berdasarkan keuntungan perusahaan dan produktivitas karyawan.

Komisi dapat dipotong jika perusahaan gagal memenuhi margin keuntungannya atau jika karyawan tidak dapat memenuhi kuota penjualan mereka.

4. Biaya pengiriman

Bisnis dikenakan biaya pengiriman ketika mereka menjual dan mendistribusikan produk, karena itu biaya pengiriman dianggap sebagai *variable cost*.

Biaya pengiriman adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan saat mengangkut bahan baku atau mengirimkan produk jadi dari satu lokasi ke lokasi lain. Bahan dan produk ini dapat diangkut melalui darat, laut atau udara.

Biaya pengiriman cenderung bervariasi tergantung pada volume penjualan dan produksi perusahaan.

Biaya ini biasanya meningkat dengan produksi dan volume penjualan yang lebih tinggi dan menurun dengan volume penjualan dan produksi yang lebih rendah. Rantai pasokan yang kuat dapat mengurangi biaya keseluruhan dan meningkatkan efisiensi distribusi.

5. Perlengkapan produksi

Persediaan produksi adalah bahan baku tidak langsung yang dibutuhkan selama proses manufaktur atau perakitan. Salah satu contohnya adalah oli mesin, yang sulit diukur berdasarkan seberapa banyak atau seberapa sering mesin digunakan. Karena biaya oli mesin bervariasi dengan volume produksi, itu dapat dianggap sebagai *variable cost*.

6. Gaji yang dapat ditagih

Ini mengacu pada jumlah uang yang dibayarkan kepada karyawan yang bekerja setiap jam. Ini kontras dengan gaji, yang jumlahnya tetap terlepas dari berapa jam karyawan bekerja.

7. Biaya transaksi kartu kredit

Biaya ini dibebankan ke bisnis yang menerima kartu kredit sebagai metode pembayaran dari pelanggan. Dalam hal ini, *variable cost* adalah jumlah biaya transaksi yang tidak dapat diprediksi setiap bulannya, bukan biaya bulanan tetap.

3.4.2.2.2. Cara Menghitung Biaya Variabel secara Manual

Jika Anda tidak menggunakan software akuntansi, Anda bisa menghitung biaya variabel secara manual melalui cara ini.

Total biaya variabel dapat ditentukan dengan menghitung biaya per unit. Berikut adalah contoh perusahaan manufaktur yang memproduksi pengering rambut:

Sebuah perusahaan menerima pesanan untuk 100 pengering rambut. Ketika memperkirakan total variable cost yang harus dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi 100 unit, biaya variabel produksi setiap pengering rambut harus ditentukan.

Untuk menghitung biaya variabel, manajer proyek atau pemilik bisnis menggunakan angka-angka ini:

- a. Biaya bahan langsung (elemen pemanas, kipas, motor, pelindung panas, sakelar, steker terpolarisasi) per unit: 80.000
- b. Biaya tenaga kerja langsung (peralatan otomatis dan tenaga kerja manual) per unit: 40.000
- c. Biaya tetap (overhead) per unit: 20.000

Berdasarkan angka-angka ini, biaya produksi satu unit adalah $80.000 + 40.000 + 20.000 = 140.000$. Selanjutnya, untuk menghitung total variable cost, manajer proyek harus menggunakan rumus ini:

Jumlah output total x biaya variabel per unit = total biaya variabel

Menerapkan rumus untuk total biaya variabel, manajer proyek menentukan perusahaan harus menginvestasikan 14.000.000 dalam bahan dan tenaga kerja untuk memproduksi 100 pengering rambut seperti yang ditunjukkan:

$$100 \times 140.000 = 14.000.000$$

Tabel di bawah ini menunjukkan bagaimana variable cost meningkat seiring dengan peningkatan output produksi:

Kuantitas keluaran	1 unit	10 unit	50 unit	100 unit	0 unit
Biaya bahan langsung	120.000	1.200.000	6.000.000	12.000.000	0
Biaya tenaga kerja langsung	20.000	200.000	1.000.000	2.000.000	0
Total biaya variabel	140.000	1.400.000	7.000.000	14.000.000	0

3.4.2.2.3. Mengapa Penting untuk Menentukan Biaya Variabel?

Berikut adalah beberapa alasan terpenting mengapa perusahaan harus menentukan *variable cost*:

- a. Membuat keputusan bisnis yang terinformasi

Biaya variabel adalah metrik kinerja utama yang memungkinkan perusahaan untuk merencanakan secara strategis. Proporsi biaya variabel yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk terus beroperasi meskipun volume penjualannya relatif rendah.

Di sisi lain, proporsi biaya tetap yang tinggi sering kali berarti bahwa bisnis harus mempertahankan volume penjualan yang tinggi agar tetap layak secara finansial.

- b. Memantau biaya variabel

Meskipun biaya tetap yang terkait dengan menjalankan bisnis tetap relatif sama terlepas dari output produksi, biaya variabel akan selalu meningkatkan *variable cost* total seiring dengan peningkatan produksi.

- c. Menetapkan target penjualan yang sesuai

Meningkatnya biaya yang terkait dengan biaya variabel tidak boleh dipandang sebagai indikator negatif. Itu selalu diperlukan untuk meningkatkan produksi untuk mencapai target penjualan yang lebih tinggi, yang dapat memerlukan biaya tambahan.

Ketika sebuah perusahaan mencoba untuk mencapai tujuan pendapatan yang lebih tinggi, cenderung ada peningkatan *variable cost* yang sesuai.

- d. Mencegah pengeluaran yang berlebihan untuk bahan atau harga yang terlalu rendah untuk biaya per unit

Penting untuk memastikan bahwa pendapatan meningkat pada tingkat yang lebih tinggi daripada pengeluaran.

Misalnya, jika sebuah perusahaan melaporkan peningkatan volume sebesar 8%, tetapi jumlah penjualan hanya meningkat 5% selama periode yang sama, maka setiap produk yang dijual kemungkinan besar akan di bawah harga.

- e. Mengurangi biaya produksi

Hal ini umumnya bermanfaat bagi perusahaan untuk mengurangi biaya produksi produk mereka untuk memastikan profitabilitas. Oleh karena itu, banyak manajer memantau profitabilitas dengan membagi biaya variabel dengan pendapatan total untuk menentukan biaya sebagai persentase dari penjualan.

- f. Menemukan break even point pada bisnis Anda

Banyak perusahaan mempertimbangkan biaya variabel ketika membuat proyeksi laba atau menghitung titik impas untuk usaha atau proyek tertentu.

Beberapa pengeluaran mungkin berfluktuasi sesuai dengan perubahan output yang sesuai, yang dapat menyebabkan inkonsistensi pada neraca Anda. Jenis perubahan ini mungkin menunjukkan perlunya menyesuaikan harga jual per unit Anda untuk mempertahankan margin keuntungan Anda.

- g. Analisis biaya tetap untuk mengurangi pengeluaran yang tidak perlu

Perlu juga dicatat bahwa banyak produk memiliki komponen variabel serta komponen tetap. Gaji manajemen, misalnya, biasanya tidak tergantung pada jumlah unit yang diproduksi. Meski begitu, perusahaan bisa saja melakukan PHK bahkan di level manajerial jika produksi turun. Dapat dikatakan bahwa semua biaya adalah *variable* sampai tingkat tertentu.

- h. Menghitung margin keuntungan yang lebih dapat diprediksi

Perusahaan yang secara konsisten memiliki persentase *variable cost* yang lebih tinggi dibandingkan dengan biaya tetap mungkin memiliki biaya per produk yang lebih konsisten.

Mereka dapat memiliki margin keuntungan yang lebih dapat diprediksi daripada perusahaan dengan *variable cost* yang relatif lebih sedikit. Namun, perusahaan dengan biaya variabel yang lebih sedikit dan biaya tetap yang lebih banyak dapat memperoleh lebih banyak keuntungan karena tingkat biaya yang lebih konstan.

i. Mengelola dan mengurangi biaya variabel untuk meningkatkan profitabilitas

Keberhasilan suatu perusahaan seringkali bergantung pada kemampuan untuk membuat prediksi yang terdidik dan terinformasi tentang bagaimana usaha bisnis akan dipengaruhi oleh kondisi operasi yang berbeda.

Salah satu faktor terpenting dalam membuat prediksi tersebut adalah menentukan proporsi biaya tetap terhadap biaya variabel. Biaya yang bervariasi tergantung pada produksi dan volume penjualan akan sangat mempengaruhi profitabilitas perusahaan

3.4.2.2.4. Perbedaan Biaya Variabel dan Biaya Tetap

Biaya tetap dibayarkan terlepas dari berapa banyak bisnis menghasilkan, jadi tidak bergantung pada output. Sebaliknya, biaya variabel bervariasi tergantung pada seberapa banyak bisnis menghasilkan.

Beberapa perbedaan utama meliputi.

- a. Biaya tetap adalah biaya yang umumnya dibayarkan selama periode tertentu; biasanya sebulan, atau setahun. Sebaliknya, biaya variabel didasarkan pada volume output, bukan waktu.
- b. Bisnis harus selalu membayar biaya tetap mereka terlepas dari seberapa baik kinerja mereka. Sebaliknya, biaya variabel hanya terjadi setelah ada barang atau jasa yang diproduksi.
- c. Biaya tetap mencakup gedung baru, sewa, gaji kontrak, dan asuransi. Sebaliknya, biaya variabel mencakup bahan yang dikonsumsi, persediaan produk, komisi, utilitas, dan biaya transaksi.

3.4.2.2.5. Kesimpulan

Dengan mengetahui cara menghitung seluruh biaya yang terjadi dalam bisnis, Anda juga bisa dengan mudah mengambil keputusan bisnis yang tepat untuk membuat bisnis menjadi lebih baik. Seperti yang kami jelaskan sebelumnya, menggunakan software akuntansi yang tepat dapat memudahkan Anda dalam melakukan penghitungan biaya, pencatatan seluruh transaksi, hingga pembuatan laporan keuangan dengan mudah dan cepat.

3.4.2.3. Dana darurat untuk biaya tak terduga

Baik Anda pernah menjalankan bisnis sebelumnya atau belum membangun bisnis, kita semua tahu bahwa biaya tak terduga akan selalu terjadi.

Biaya ini muncul saat Anda tidak mengharapkannya, dan biasanya saat anggaran terbatas. Cegah rasa takut akan biaya tak terduga saat menganggarkan bisnis Anda dengan memastikan Anda memiliki uang ekstra dan merencanakan kemungkinan yang sesuai dengan anggaran Anda.

Meskipun Anda mungkin tergoda untuk membelanjakan surplus pendapatan untuk pengeluaran variabel, sisihkan sebagian ke dalam dana darurat.

Dengan begitu, Anda akan siap saat peralatan rusak dan perlu diganti, atau Anda perlu segera mengganti inventaris yang rusak akibat banjir.

3.4.3. Penyusunan anggaran pendapatan dan anggaran pengeluaran

Langkah penting berikutnya adalah menyiapkan berbagai jenis anggaran anak perusahaan untuk organisasi.

Perkiraan yang tepat dan realistis untuk berbagai jenis anggaran seperti penjualan, produksi, uang tunai, pembelian, tenaga kerja dan overhead, penjualan, biaya umum dan administrasi harus dibuat.

Rencana yang realistis untuk sumber pendapatan adalah kebutuhan untuk periode anggaran.

Perencanaan pengeluaran harus sesuai karena perusahaan tidak dapat membelanjakan lebih dari apa yang diperolehnya.

Dengan demikian, target pendapatan memutuskan dan menentukan kuantum pengeluaran yang diharapkan untuk mencapai target pendapatan ini.

3.4.4. Menggabungkan anggaran departemen

Departemen yang lebih kecil menyiapkan anggaran mereka sendiri di banyak perusahaan.

Dalam kasus seperti itu, pengumpulan dan integrasinya, bersama dengan anggaran induk, merupakan prasyarat.

Sebagian besar perusahaan juga memiliki kebijakan untuk mengumumkan bonus bagi karyawan mereka pada akhir tahun keuangan sesuai dengan hasil keuangannya.

Banyak yang mungkin mengumumkan bonus pertengahan tahun jika kinerjanya luar biasa.

Biaya tersebut dapat menjadi signifikan dalam kasus perusahaan besar. Oleh karena itu, ketentuan harus dibuat dalam anggaran untuk hadiah yang tidak direncanakan tersebut.

3.4.5. Penyisihan belanja modal

Sebuah perusahaan mungkin berencana untuk mengeluarkan belanja modal atau berinvestasi dalam aset tetap selama periode anggaran.

Biaya ini cukup berat dan cukup besar secara alami. Oleh karena itu, setelah berkonsultasi dengan manajemen puncak, penyertaan mereka harus dilakukan dalam anggaran.

3.4.6. Perubahan model dan tinjauan anggaran

Setelah menyelesaikan semua langkah di atas, tinjauan asumsi sesuai model anggaran harus dilakukan.

Juga, tinjauan menyeluruh terhadap seluruh anggaran sangat penting. Jika ada kebutuhan untuk perubahan anggaran, itu bisa dilakukan sekarang.

3.4.7. Persetujuan dan implementasi

Anggaran kemudian akan pergi ke manajemen puncak untuk persetujuan. Mereka akan memeriksa apakah itu benar.

Pembuat akan membuat perubahan sesuai kebutuhan. Jika semuanya baik-baik saja dengan anggaran, mereka akan memberikan lampu hijau untuk implementasi.

3.4.8. Kontrol anggaran

Pelaksanaan anggaran bukanlah langkah terakhir dalam proses manajemen anggaran. Pengaturan kontrol anggaran adalah hal yang harus Anda lakukan selanjutnya.

Hal ini diperlukan untuk perbandingan kinerja yang sebenarnya dengan ketentuan dan perkiraan anggaran.

Pelaporan varians yang berkelanjutan harus dilakukan. Manajemen dapat mengambil tindakan korektif yang sesuai.

3.5. Kesimpulan

Melakukan manajemen anggaran adalah hal penting yang harus Anda lakukan jika anda adalah seorang pemilik bisnis atau seorang manajer. Tanpa anggaran yang tepat, bisnis atau departemen yang Anda kelola akan kesulitan dalam melakukan rencana yang telah dibuat karena anggaran yang terbatas.

Hal yang penting untuk dilakukan dalam membuat anggaran adalah mengetahui laporan keuangan dan juga data anggaran dalam periode sebelumnya. Oleh sebab itu, penting bagi Anda memiliki sistem akuntansi dan penganggaran bisnis yang efektif untuk memudahkan Anda dalam mengelola proses anggaran dalam bisnis.

BAB IV

MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

4.1. Pengertian Manajemen SDM

Manajemen sumber daya manusia atau SDM adalah kelompok yang mengelola karyawan perusahaan, termasuk staf sumber daya manusia (SDM) lainnya.



Manajer sumber daya manusia adalah posisi di perusahaan yang melibatkan fungsi yang sama dengan manajemen sumber daya manusia, seperti menangani pelatihan dan orientasi, kebijakan dan prosedur, dan operasi.

Manajemen sumber daya manusia (human resources management) adalah rangkaian aktivitas organisasi yang diarahkan untuk menarik, mengembangkan, dan mempertahankan tenaga kerja yang efektif. Manajer memiliki peran besar dalam mengarahkan orang-orang yang berada di organisasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan, termasuk memikirkan bagaimana memiliki manajemen sumber daya manusia (MSDM) yang mampu bekerja secara efektif dan efisien. Memang sudah menjadi tujuan umum bagian MSDM untuk mampu memberikan kepuasan kerja yang maksimal kepada pihak manajemen perusahaan yang lebih jauh mampu membawa pengaruh pada nilai perusahaan (company value) baik secara jangka pendek maupun jangka panjang.

Agar pengertian MSDM ini lebih jelas, di bawah ini dirumuskan dan dikutip definisi yang dikemukakan oleh para ahli :menurut Marwansyah (2014:3- 4) berpendapat bahwa manajemen sumber daya manusia dapat diartikan sebagai pendayagunaan sumber daya manusia di dalam organisasi, yang dilakukan melalui fungsi-fungsi perencanaan sumber daya manusia, rekrutmen

dan seleksi, pengembangan sumber daya manusia, perencanaan dan pengembangan karir, pemberian kompensasi dan kesejahteraan, keselamatan dan kesehatan kerja, dan hubungan industrial.

Selain itu menurut Edy Sutrisno (2016:6) Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah: “Kegiatan perencanaan, pengadaan, pengembangan, pemeliharaan, serta penggunaan SDM untuk mencapai tujuan baik secara individu maupun organisasi.” Menurut Hasibuan (2016 : 10) manajemen sumber daya manusia adalah “ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat”.

Sedangkan menurut Kasmir (2016:25), menyatakan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah: “Proses pengelolaan manusia, melalui perencanaan, rekrutmen, seleksi, pelatihan, pengembangan, pemberian kompensasi, karier, keselamatan dan kesehatan serta menjaga hubungan industrial sampai pemutusan hubungan kerja guna mencapai tujuan perusahaan dan peningkatan kesejahteraan stakeholder.”

Menurut Bintoro dan Daryanto (2017 : 15) menyatakan bahwa “Manajemen sumber daya manusia, disingkat MSDM, adalah suatu ilmu atau cara bagaimana mengatur hubungan dan peranan sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki oleh individu secara efisien dan efektif serta dapat digunakan secara maksimal sehingga tercapai tujuan bersama perusahaan, karyawan dan masyarakat menjadi maksimal”.

Sedangkan menurut Sedarmayanti (2017:3-4) MSDM adalah suatu pendekatan dalam mengelola masalah manusia berdasarkan tiga prinsip dasar, yaitu:

1. Sumber daya manusia adalah harta/aset paling berharga dan penting yang dimiliki organisasi/perusahaan karena keberhasilan organisasi sangat ditentukan oleh unsur manusia.
2. Keberhasilan sangat mungkin dicapai, jika kebijakan prosedur dan peraturan yang berkaitan manusia dari perusahaan saling berhubungan dan menguntungkan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.
3. Budaya dan nilai organisasi perusahaan serta perilaku manajerial yang berasal dari budaya tersebut akan memberi pengaruh besar terhadap pencapaian hasil terbaik. Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen sumber daya

manusia memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan sumber daya manusia mulai dari perencanaan hingga pemberhentian sumber daya manusia yang bertujuan untuk membantu dalam pencapaian tujuan organisasi

Manajer SDM dan tim mereka merupakan bagian integral dari tugas departemen dan struktur perusahaan.

Para profesional ini menulis deskripsi pekerjaan, memiliki pengetahuan tentang struktur gaji dan mendokumentasikan tindakan dan aktivitas karyawan.

Manajer sumber daya manusia juga tetap mengikuti undang-undang perburuhan, persyaratan nasional, demografi, dan budaya perusahaan.

4.2. Lingkup Aktivitas Manajemen SDM

4.2.1. Kepegawaian

Ini termasuk kegiatan mempekerjakan karyawan penuh waktu atau paruh waktu baru, mempekerjakan kontraktor, dan mengakhiri kontrak karyawan

Kegiatan kepegawaian meliputi:

- a. Mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan bakat (melalui rekrutmen, terutama)
- b. Memanfaatkan berbagai teknologi rekrutmen untuk mendapatkan pelamar dalam jumlah besar (dan menyaring berdasarkan pengalaman)
- c. Mengakhiri kontrak bila perlu
- d. Mempertahankan praktik perekrutan yang etis dan menyelaraskan dengan lingkungan peraturan
- e. Menulis kontrak karyawan dan menegosiasikan gaji dan tunjangan

4.2.2. Development

Mengangkat karyawan baru dan menyediakan sumber daya untuk pengembangan berkelanjutan adalah investasi utama bagi organisasi, dan SDM bertanggung jawab untuk mempertahankan pendekatan pengembangan terhadap sumber daya manusia yang ada.

Kegiatan pengembangan meliputi:

- a. Melatih dan mempersiapkan karyawan baru untuk peran mereka

- b. Memberikan kesempatan pelatihan (pelatihan internal, program pendidikan, konferensi, dll) agar karyawan tetap up to date di bidangnya masing-masing
- c. Mempersiapkan prospek manajemen dan memberikan umpan balik kepada karyawan dan manajer

4.2.3. Kompensasi

Gaji dan tunjangan juga termasuk dalam lingkup manajemen sumber daya manusia. Ini termasuk mengidentifikasi kompensasi yang sesuai berdasarkan peran, kinerja, dan persyaratan hukum.

Kegiatan kompensasi meliputi:

- a. Menetapkan tingkat kompensasi agar sesuai dengan pasar, menggunakan tolok ukur seperti standar industri untuk fungsi pekerjaan tertentu
- b. Menegosiasikan tarif asuransi kesehatan kelompok, rencana pensiun, dan manfaat lainnya dengan penyedia pihak ketiga
- c. Membahas kenaikan dan/atau kenaikan dan/atau penurunan kompensasi lainnya dengan karyawan dalam organisasi
- d. Memastikan kepatuhan terhadap ekspektasi hukum dan budaya dalam hal kompensasi karyawan

4.2.4. Keamanan dan kesehatan

Mencapai praktik terbaik di berbagai industri termasuk mempertimbangkan dengan cermat masalah keselamatan dan kesehatan bagi karyawan.

Kegiatan keselamatan dan kesehatan kerja meliputi:

- a. Memastikan kepatuhan terhadap persyaratan hukum berdasarkan fungsi pekerjaan untuk langkah-langkah keselamatan (yaitu topi keras dalam konstruksi, konseling yang tersedia untuk penegakan hukum, peralatan keselamatan yang sesuai untuk ahli kimia, dll.)
- b. Menerapkan langkah-langkah keamanan baru ketika undang-undang berubah di industri tertentu
- c. Membahas keselamatan dan kepatuhan dengan departemen pemerintah terkait
- d. Membahas keselamatan dan kepatuhan dengan serikat pekerja

4.2.5. Hubungan Karyawan dan Tenaga Kerja

Mempertahankan hak-hak karyawan, berkoordinasi dengan serikat pekerja, dan menengahi perselisihan antara organisasi dan sumber daya manusianya juga merupakan fungsi inti dari manajemen SDM.

- a. Kegiatan kepegawaian dan hubungan kerja meliputi:
- b. Mediasi perselisihan antara karyawan dan pengusaha
- c. Mediasi perselisihan antara karyawan dan karyawan lainnya
- d. Mempertimbangkan klaim pelecehan dan pelanggaran di tempat kerja lainnya
- e. Membahas hak-hak karyawan dengan serikat pekerja, manajemen, dan pemangku kepentingan
- f. Bertindak sebagai suara organisasi dan/atau suara karyawan selama masalah organisasi yang lebih luas yang berkaitan dengan kesejahteraan karyawan.

4.3. Fungsi Manajemen SDM

Menurut Veithzal Rivai (2015:8) tujuan dari Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan kualitas dan kuantitas karyawan yang akan mengisi semua jabatan dalam perusahaan.
- b. Menjamin tersedianya tenaga kerja masa kini maupun masa depan, sehingga setiap pekerjaan ada yang mengerjakannya.
- c. Menghindari terjadinya mismanajemen dan tumpang tindih dalam pelaksanaan tugas.
- d. Mempermudah koordinasi, integrasi, dan sinkronasi (KIS) sehingga produktivitas kerja meningkat.
- e. Menghindari kekurangan dan kelebihan karyawan.
- f. Menjadi pedoman dalam menetapkan program penarikan, seleksi, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, kedisiplinan, dan pemberhentian karyawan.
- g. Menjadi pedoman dalam melaksanakan mutasi (vertikal atau horizontal).

h. Menjadi dasar dalam penilaian karyawan.

4.3.1. Fungsi Manajerial

a. Perencanaan Sumber Daya Manusia

Dalam fungsi manajemen SDM ini, jumlah dan jenis karyawan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi ditentukan.

Penelitian merupakan bagian penting dari fungsi ini, informasi dikumpulkan dan dianalisis untuk mengidentifikasi kebutuhan sumber daya manusia saat ini dan masa depan dan untuk meramalkan perubahan nilai, sikap, dan perilaku karyawan dan dampaknya terhadap organisasi.

b. Pengorganisasian

Dalam sebuah organisasi tugas-tugas dialokasikan di antara para anggotanya, hubungan diidentifikasi, dan kegiatan diintegrasikan menuju tujuan bersama.

Hubungan dibangun di antara karyawan sehingga mereka secara kolektif dapat berkontribusi pada pencapaian tujuan organisasi.

c. Pengarahan

Mengaktifkan karyawan pada tingkat yang berbeda dan membuat mereka berkontribusi maksimal pada organisasi dimungkinkan melalui arahan dan motivasi yang tepat.

Merekam potensi maksimum karyawan dimungkinkan melalui motivasi dan perintah.

d. Pengendalian

Setelah perencanaan, pengorganisasian, dan pengarahan, kinerja aktual karyawan diperiksa, diverifikasi, dan dibandingkan dengan rencana.

Jika kinerja aktual ditemukan menyimpang dari rencana, tindakan pengendalian harus diambil.

4.3.2. Fungsi Operasi

a. Rekrutmen dan Seleksi

Rekrutmen kandidat adalah fungsi sebelum seleksi, yang membawa kumpulan calon kandidat untuk organisasi sehingga manajemen dapat memilih kandidat yang tepat dari kumpulan ini.

b. Analisis dan Desain Pekerjaan

Analisis pekerjaan adalah proses menggambarkan sifat pekerjaan dan menentukan persyaratan manusia seperti kualifikasi, keterampilan, dan pengalaman kerja untuk melakukan pekerjaan itu.

Desain pekerjaan bertujuan untuk menguraikan dan mengatur tugas, tugas, dan tanggung jawab ke dalam satu unit kerja untuk pencapaian tujuan tertentu.

e. Penilaian Kinerja

Profesional sumber daya manusia diharuskan melakukan fungsi ini untuk memastikan bahwa kinerja karyawan berada pada tingkat yang dapat diterima.

f. Pelatihan dan Pengembangan

Fungsi manajemen sumber daya manusia ini membantu karyawan memperoleh keterampilan dan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan mereka secara efektif. Program pelatihan dan pengembangan diselenggarakan baik untuk karyawan baru maupun yang sudah ada. Karyawan dipersiapkan untuk tanggung jawab tingkat yang lebih tinggi melalui pelatihan dan pengembangan.

g. Administrasi Upah dan Gaji

Manajemen sumber daya manusia menentukan apa yang harus dibayar untuk berbagai jenis pekerjaan.

Manajemen sumber daya manusia memutuskan kompensasi karyawan yang meliputi – administrasi upah, administrasi gaji, insentif, bonus, tunjangan, dan lain-lain.

h. Kesejahteraan Karyawan

Fungsi ini mengacu pada berbagai layanan, manfaat, dan fasilitas yang diberikan kepada karyawan untuk kesejahteraan mereka.

i. Pemeliharaan

Sumber daya manusia dianggap sebagai aset bagi organisasi. Perputaran karyawan dianggap tidak baik bagi organisasi.

Manajemen sumber daya manusia selalu berusaha untuk menjaga karyawan berkinerja terbaik mereka dengan organisasi.

j. Hubungan Tenaga Kerja

Fungsi ini mengacu pada interaksi manajemen sumber daya manusia dengan karyawan yang diwakili oleh serikat pekerja.

Karyawan berkumpul dan membentuk serikat pekerja untuk mendapatkan lebih banyak suara dalam keputusan yang mempengaruhi upah, tunjangan, kondisi kerja, dll.

k. Riset Personalia

Riset personalia dilakukan oleh manajemen sumber daya manusia untuk mengumpulkan pendapat karyawan tentang upah dan gaji, promosi, kondisi kerja, kegiatan kesejahteraan, kepemimpinan, dll.,

Penelitian semacam itu membantu dalam memahami kepuasan karyawan, pergantian karyawan, pemutusan hubungan kerja, dll.

l. Catatan Personil

Fungsi ini mencakup pencatatan, pemeliharaan, dan pengambilan informasi terkait karyawan seperti – formulir aplikasi, riwayat pekerjaan, jam kerja, penghasilan, absen dan hadiah karyawan, pergantian karyawan, dan data lain yang terkait dengan karyawan.

4.3.3. Fungsi Penasehat

Manajemen Sumber Daya Manusia ahli dalam mengelola sumber daya manusia sehingga dapat memberikan nasihat tentang hal-hal yang berkaitan dengan sumber daya manusia organisasi. Manajemen Sumber Daya Manusia dapat menawarkan saran untuk:

a. Penasihat kepada Manajemen Puncak

Manajer SDM memberi saran kepada manajemen puncak dalam perumusan dan evaluasi program, kebijakan, dan prosedur personalia.

b. Memberi saran kepada Kepala Departemen

Manajer SDM memberi saran kepada kepala berbagai departemen tentang hal-hal seperti perencanaan tenaga kerja, analisis pekerjaan, desain pekerjaan, rekrutmen, seleksi, penempatan, pelatihan, penilaian kinerja, dan lain-lain.

4.4. Tips Terbaik dalam Mengelola Manajemen SDM pada Bisnis Anda

1. Pahami orang-orangmu

Triknnya adalah menjadi tangguh tetapi berempati pada saat yang sama. Sebagai pemimpin SDM, Anda harus akrab dengan kehidupan pribadi dan profesional karyawan Anda.

Kecuali tentu saja seorang karyawan individu ingin mempertahankan kebijaksanaan. Jika tidak, penting bagi seorang pemimpin SDM untuk setidaknya mengetahui tentang detail pribadi dan profesional yang penting karena detail ini memengaruhi kinerja karyawan harian pada tingkat tertentu atau lainnya.

Jadi, penting untuk mengawasi kekuatan dan kelemahan karyawan Anda ketika menjadi pemimpin SDM, Anda dapat membantu mereka menjadi lebih baik dan berkinerja lebih baik. Ini adalah investasi besar tetapi ini adalah investasi yang terbayar dalam jangka pendek maupun jangka panjang!

2. Kenali peran Anda

Manajer SDM adalah mitra bisnis strategis dari setiap organisasi. Sebagai pemimpin SDM, Anda fokus pada keterlibatan karyawan, manajemen kinerja, manajemen bakat, Anda mendorong inovasi dan membantu mewujudkan kolaborasi di seluruh perusahaan dengan memecahkan stereotip dan menangani konflik internal. Itulah yang dimaksud dengan manajemen sumber daya manusia yang sukses.

Oleh karena itu, Anda harus menyelaraskan peran Anda dengan tujuan dan visi bisnis dan membuat rencana bisnis SDM yang melengkapi perencanaan strategi perusahaan, yang sepenuhnya berorientasi pada hasil.

3. Jadilah ahli teknologi

Hari ini, adalah suatu keharusan untuk memahami pengetahuan teknologi dan membuat rencana kerja berdasarkan di sekitar mereka.

Jika Anda perlu mengintegrasikan perangkat lunak SDM ujung ke ujung, maka memiliki pengetahuan teknis adalah suatu keharusan. Ini karena Anda harus mengetahui berbagai penawaran dan fungsi perangkat lunak untuk mengelola penggajian, melacak cuti dan kehadiran, mengelola informasi karyawan, pajak, penjadwalan, dan banyak lagi.

4. Tingkatkan jaringan Anda

Cara tercepat untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Anda, dan memperluas koneksi bisnis Anda adalah melalui jaringan.

Dengan cara ini Anda dapat bertemu dengan profesional lain di domain Anda, mencari tahu bagaimana mereka mengelola kebijakan SDM di organisasi masing-masing dan apa perbedaan yang mereka lakukan untuk memastikan bahwa karyawan mereka puas, terlibat, dan mampu berkinerja lebih baik setiap kuartal.

Dengan pengetahuan ini, Anda akan memiliki kepercayaan diri yang cukup untuk berpartisipasi dalam rapat perencanaan dan pelaksanaan strategi bisnis.

5. Berkomunikasi secara teratur

Sebagai pemimpin SDM atau pemilik bisnis, sangat penting untuk selalu berhubungan dengan karyawan Anda.

Anda harus menjadi bahu mereka untuk bersandar setiap kali mereka dalam kesulitan dan tidak dapat menemukan arah atau fokus pada pekerjaan mereka.

Ini karena adalah normal dan manusia kadang-kadang terganggu atau tersesat. Di sinilah pengetahuan Anda tentang SDM dan keahlian menjadi berguna dan berguna untuk mengembalikan energi yang hilang dari karyawan Anda.

6. Tetap teratur

Tetap teratur adalah tanggung jawab terbesar dari setiap pemimpin dan profesional SDM.

Menjadwalkan wawancara, berinteraksi dengan kandidat, membantu karyawan dengan pekerjaan dan masalah pribadi mereka, mengevaluasi strategi dan perencanaan bisnis, melakukan evaluasi tepat waktu dan adil, dan banyak lagi. Semua ini hanya mungkin jika Anda tetap terorganisir.

7. Menjadi contoh

Sebagai pemimpin SDM atau profesional, Anda harus memberi contoh di seluruh perusahaan dengan mengikuti contoh ini sendiri. Anda harus selalu menjalankan pembicaraan.

Jika Anda mengharapkan karyawan Anda tepat waktu di tempat kerja maka Anda sendiri harus berada di tempat kerja pada saat mereka mencapai atau bahkan sebelum mereka.

Jika perusahaan secara keseluruhan mengharapkan karyawannya untuk berperilaku dan mengendalikan perilaku mereka dengan cara tertentu maka sebagai pemimpin SDM, Anda harus mematuhi aturan ini untuk mendorong karyawan melakukan hal yang sama.

8. Dokumentasikan proses untuk konsistensi

Konsistensi penting, istirahat semuanya sekunder. Jika Anda ingin memastikan bahwa Anda dapat mempertahankan pendekatan yang konsisten dalam pekerjaan Anda, maka mendokumentasikan proses adalah kuncinya.

Jika Anda ingin melatih dan membantu profesional SDM lainnya berkembang dalam karir mereka, maka berbagi dokumentasi ini dengan mereka harus menjadi tugas pertama dan terpenting.

Ketika profesional SDM baru membaca lebih lanjut tentang budaya dan praktik perusahaan, maka mereka akan dapat fokus pada arah yang benar dan memberikan hasil yang lebih baik.

9. Pekerjakan orang yang lebih baik dari Anda

Ada trik dalam mengikuti tips ini. Dalam kebanyakan kasus, apa yang terjadi adalah pewawancara merasa bahwa kandidat mencoba meniadakan apa pun yang mereka katakan atau mencoba menjadi lebih pintar daripada pelamar.

Namun, analitik SDM menunjukkan bahwa kandidat yang tidak setuju dengan Anda akan membantu Anda mendapatkan perspektif baru dan segar terhadap bisnis dan budaya kerja Anda.

Tidak diragukan lagi, perbedaan pendapat mungkin tidak sejalan dengan visi dan tujuan perusahaan Anda, tetapi selalu ada sesuatu yang baru untuk dipelajari tentang bisnis Anda jika Anda terbuka untuk itu.

Jadi, pekerjakan orang yang lebih baik dari Anda yang dapat menunjukkan kepada Anda strategi bisnis yang sama di bawah cahaya yang berbeda, dan mungkin lebih baik.

10. Berikan perhatian khusus pada orientasi, pelatihan, dan pengembangan

Memberi perhatian khusus pada orientasi, pelatihan, dan pengembangan karyawan adalah fitur penting untuk menciptakan pengalaman kandidat yang mulus.

Beberapa bulan pertama sangat penting untuk mengembangkan karyawan yang baru bergabung karena orang tersebut sekarang dikelilingi oleh lingkungan kerja yang baru.

Butuh waktu untuk merasa nyaman dan menyesuaikan diri dengan wajah dan kebijakan baru.

Oleh karena itu, merupakan bagian penting dari manajemen sumber daya manusia untuk membantu mereka merasa nyaman dengan sesi reguler, materi pembelajaran, dan pengalaman langsung.

11. Libatkan karyawan dalam proses

Ketika Anda membuat proses di tempat kerja, umumnya untuk kepentingan karyawan.

Oleh karena itu, melibatkan karyawan saat menciptakan proses itu penting dan agak perlu. Jika tidak, itu akan seperti membangun rumah untuk seseorang tanpa mengetahui apa kebutuhan dan kesukaan mereka.

Anda selalu dapat melakukan sesi dengan karyawan Anda untuk lebih melibatkan mereka dalam proses perusahaan.

Jika Anda ingin tahu lebih banyak tentang para kandidat, Anda harus mengetahui tip dan trik tertentu agar nyaman dengan wawancara telepon.

12. Aktifkan penyelarasan strategis untuk membangun merek

Penyelarasan strategis adalah yang mengacu pada keselarasan dengan tujuan dan visi bisnis. Penting bagi setiap karyawan untuk berada di halaman yang sama dan berkontribusi dengan cara mereka sendiri menuju tujuan bersama.

Ini adalah bagaimana perusahaan berhasil dan pemimpin SDM menjadi sukses. Ini penting untuk pertumbuhan perusahaan dan membangun merek.

13. Identifikasi area fokus

Ketika Anda tahu tentang area yang perlu Anda fokuskan, Anda dapat membimbing karyawan Anda dengan lebih baik.

Apakah rekrutmen menjadi fokus area? Apakah ada yang salah dengan perekrutan? Apakah Anda tidak dapat mempertahankan talenta terbaik karena kelambatan atau miskomunikasi tertentu?

Anda harus memikirkan semuanya sebelum membuat rencana bisnis atau menetapkan tujuan untuk kuartal berikutnya.

14. Luncurkan komunitas talenta

Komunitas talenta adalah yang berkontribusi besar pada manajemen sumber daya manusia karena ini tentang penanaman talenta.

Anda ingin merekrut talenta yang tepat untuk organisasi Anda dan begitu mereka masuk, Anda ingin mempertahankannya.

Oleh karena itu, meluncurkan komunitas bakat adalah hal yang membuat mereka ketagihan, terlibat, dan terdorong untuk berkinerja baik di setiap kuartal.

Komunitas talenta akan mendorong para top performer untuk terus berprestasi. Ini akan lebih mendorong karyawan lain untuk memberikan 100% mereka.

Hasilnya, proses tersebut akan berkontribusi untuk membangun budaya kerja yang otentik dan kolaboratif. Dalam hal ini, semua orang belajar dari semua orang.

Ada tampilan minimum kompetisi dan kecemburuan. Konflik internal berada pada tingkat minimal karena semua orang bersemangat untuk belajar lebih banyak dan meningkatkan diri.

15. Bangun hubungan dan koneksi emosional

Penting bagi para pemimpin dan manajemen SDM untuk membangun hubungan profesional yang sehat dengan karyawan mereka. Ini karena harus ada seseorang di tempat kerja yang dengannya karyawan dapat mencurahkan isi hatinya.

Sebanyak semua orang menghindari membicarakannya tetapi kadang-kadang karyawan menjadi stres. Itu terjadi ketika ada terlalu banyak pekerjaan atau terlalu banyak hal yang terjadi dalam kehidupan pribadi mereka.

Oleh karena itu, hubungan pribadi dan emosional adalah apa yang membuat mereka terus maju dan membantu mereka fokus pada pekerjaan mereka dengan lebih baik.

16. Manfaatkan media sosial

Media sosial adalah cara terbaik untuk membangun dan meningkatkan jaringan Anda.

Ini adalah salah satu saluran terbaik untuk membaca tentang apa yang terbaru dalam teknologi SDM. Anda mengetahui bagaimana organisasi lain membantu karyawan mereka menjadi lebih baik dalam apa yang mereka lakukan.

Media sosial membantu para pemimpin SDM tetap terhubung. Mereka berbagi pandangan mereka tentang budaya perusahaan, bagaimana mereka menangani konflik internal dan praktik terbaik untuk menciptakan lingkungan kerja yang sehat.

17. Utamakan kualitas daripada kuantitas

Baik itu tentang rekrutmen atau retensi, Anda harus selalu memprioritaskan kualitas daripada kuantitas. Beberapa perusahaan salah dengan percaya bahwa meningkatkan frekuensi akan berhasil.

Namun, itu tidak benar atau etis. Oleh karena itu, Anda harus memastikan bahwa karya Anda asli dan otentik.

Jadi, sepanjang proses Anda dapat menjaga konsistensi dengan mengutamakan kualitas daripada kuantitas.

4.5. Kesimpulan

Itulah pembahasan lengkap tentang manajemen SDM, ruang lingkup, fungsi dan tips yang bisa Anda gunakan dalam mengelola manajemen SDM yang baik bagi bisnis Anda.

Selain manajemen SDM, hal yang tidak kalah penting dalam pengelolaan bisnis adalah manajemen keuangan. Tanpa proses manajemen keuangan yang efisien bisnis Anda bisa berujung pada kegagalan.

Dasar manajemen keuangan yang baik adalah dengan melakukan pencatatan pembukuan untuk setiap transaksi yang terjadi pada bisnis. Hindari proses pembukuan manual yang memakan waktu dan rentan kesalahan.

BAB V

MANAJEMEN BISNIS

5.1. Pengertian Manajemen Bisnis Menurut Para Ahli

Pengertian manajemen bisnis adalah mengelola koordinasi dan organisasi kegiatan bisnis. Ini biasanya mencakup produksi bahan, uang, dan mesin, dan melibatkan inovasi dan pemasaran.

Manajemen bertugas merencanakan, mengatur, mengarahkan, dan mengendalikan sumber daya bisnis sehingga dapat memenuhi tujuan kebijakan.

Manajemen bisnis menurut para ahli

B. Menurut pendapat Ricky W. Griffin

manajemen merupakan sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien.

C. Menurut pendapat Henry Fayol

Ia mengatakan bahwa manajemen adalah ilmu yang mengandung lima gagasan atau fungsi utama, yakni merancang, memerintah, mengorganisir, mengendalikan, dan mengkoordinasi.

D. Menurut pendapat George R. Terry

Manajemen sebagai proses khas yang terdiri dari tindakan-tindakan: perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber-sumber lain.

5.2. Fungsi Manajemen dalam Bisnis

5.2.1 Perencanaan

Perencanaan merupakan fungsi penting dari manajemen karena menetapkan langkah untuk semua langkah selanjutnya dalam proses manajerial.

Anda perlu mengembangkan peta jalan untuk masa depan—langkah-langkah yang telah ditentukan sebelumnya—untuk mencapai tujuan organisasi.

ada langkah ini, Anda harus mengevaluasi metode dan strategi untuk menentukan bagaimana Anda akan maju menuju tujuan Anda.

Anda mungkin harus melihat bagaimana hal-hal dilakukan di masa lalu untuk membuat penyesuaian untuk mengurangi kesalahan.

Anda harus mempertimbangkan faktor internal—orang, waktu dan biaya—dan faktor eksternal—pesaing, kebijakan, dan lingkungan bisnis secara umum—untuk sampai pada strategi perencanaan yang baik.

5.2.2 Pengorganisasian

Di sinilah Anda menerapkan rencana Anda dengan menetapkan sistem otoritas atau hierarki dalam konteks struktur organisasi Anda. Tentukan tugas yang perlu diselesaikan untuk mencapai tujuan Anda sebelum menugaskannya ke staf Anda.

Berbeda dengan cara kerja tradisional di mana seorang manajer membuat semua keputusan, dunia bisnis saat ini lebih dinamis dan fleksibel. Setiap anggota organisasi—terlepas dari posisinya—berbagi akuntabilitas dan tanggung jawab.

Jadi, tentukan struktur organisasi yang selaras dengan tempat kerja Anda dan tetapkan tugas yang sesuai dengan keterampilan dan kemampuan tim Anda. Anda harus membuat semua orang pada halaman yang sama dan mendelegasikan tugas sesuai keinginan Anda.

5.2.3 Staf

Ini adalah fungsi penting lainnya dari manajemen. Anda harus menetapkan tugas berdasarkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan setiap anggota tim.

Anda harus berhati-hati di sini karena Anda mungkin harus merekrut bakat baru untuk tugas tertentu yang memerlukan keahlian teknis khusus. Menilai kebutuhan karyawan Anda dalam hal insentif, pelatihan dan pengembangan dan kompensasi sangat penting untuk keberhasilan langkah ini.

Manajer atau pemimpin yang efektif akan memiliki wawasan untuk mengevaluasi kompetensi dan efisiensi karyawannya.

Hal ini untuk memastikan bahwa tugas yang diberikan sesuai dengan keahlian mereka. Anda harus mengadopsi pendekatan empati untuk terhubung dengan karyawan Anda dan memahami kekuatan dan kelemahan mereka.

5.2.4 Penugasan atau pengarahan

Pengarahan berkaitan dengan mengawasi kemajuan tim Anda. Pada langkah ini, Anda harus menjaga saluran komunikasi terbuka dan mendapatkan pembaruan rutin untuk tetap di atas segalanya.

Cara yang bagus untuk melakukan ini adalah dengan memberi dan menerima umpan balik untuk mengatasi area masalah apa pun dan meningkatkan kinerja.

Di sinilah Anda harus bertindak sebagai pemimpin, menavigasi konflik dan memotivasi karyawan Anda untuk mengambil inisiatif.

Sebagai seorang pemilik bisnis, Anda harus memberi setiap anggota tim otonomi yang cukup untuk membantu mereka tetap termotivasi dan tampil tanpa pengawasan terus-menerus.

Selain memantau tim Anda, Anda juga harus memberi tahu manajer Anda dan pemangku kepentingan lainnya dengan laporan kemajuan.

Seluruh organisasi harus bekerja seperti mesin yang diminyaki dengan baik untuk mencapai tujuan Anda dengan cara yang efektif waktu.

5.2.5 Pengendalian

Di sinilah Anda harus mengukur kemajuan setiap langkah yang ditetapkan dalam tahap perencanaan terhadap tujuan organisasi Anda.

Langkah ini mengharuskan Anda untuk berkoordinasi dengan karyawan Anda untuk memastikan bahwa mereka bergerak ke arah yang benar dan dengan cara yang benar.

Menurut 7 fungsi manajemen Gulick, pengendalian dapat dipahami dari segi koordinasi, pelaporan dan penganggaran.

Anda tidak hanya harus memastikan bahwa setiap langkah berjalan sesuai rencana, tetapi juga waspada terhadap potensi masalah untuk mengambil tindakan korektif.

Lakukan penyesuaian dan modifikasi tepat waktu jika diperlukan. Ini akan membantu Anda mencapai tujuan Anda lebih cepat dalam jangka waktu dan anggaran Anda. Ambil kesempatan ini untuk bekerja sama dengan semua orang di tim Anda.

5.3. Beberapa Jenis Manajemen dalam Bisnis

Ada hampir dua lusin cabang manajemen bisnis. Berikut adalah ikhtisar dari 22 sektor di bidang yang luas ini:

5.3.1 Manajemen keuangan

Manajemen keuangan adalah upaya untuk mengurangi biaya keuangan, memastikan ketersediaan dana yang cukup dan berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian kegiatan keuangan seperti pengadaan dan penggunaan dana

Selain itu, ada juga beberapa definisi lain dari beberapa ahli terkait dengan manajemen keuangan, yaitu:

1. Harry G. Guthmann dan Herbert E. Dougall

Dalam pandangan Guthmann dan Dougall melalui bukunya yang berjudul *Corporate Financial Policy*, pengelolaan keuangan adalah suatu kegiatan yang berkaitan erat dengan perencanaan, pengembangan, pengendalian, dan penatausahaan setiap dana yang digunakan dalam bisnis.

2. J.F. Bradley

Sedangkan J.F. Bradley memiliki definisi yang berbeda mengenai pengertian manajemen keuangan.

Dalam bukunya yang berjudul *Administrative Financial Management*, Bradley mengungkapkan bahwa manajemen keuangan merupakan aspek manajemen bisnis untuk mengatur penggunaan modal perusahaan. Tidak hanya itu, pemilihan sumber permodalan juga harus diperhatikan untuk mencapai tujuan.

3. Joseph L. Massie

Definisi berbeda dijelaskan oleh Joseph L. Massie, penulis *The Essentials of Management*. Massie mengatakan bahwa manajemen keuangan adalah kegiatan usaha yang bertanggung jawab untuk memperoleh dan menggunakan dana perusahaan untuk mencapai operasi yang efektif.

Manajemen keuangan adalah fungsi organik dari bisnis apa pun. Setiap organisasi membutuhkan keuangan untuk memperoleh sumber daya fisik, melaksanakan kegiatan produksi dan operasi bisnis lainnya, membayar kompensasi kepada pemasok, dll. Ada banyak teori seputar manajemen keuangan:

1. Teori pertama

Beberapa ahli percaya bahwa manajemen keuangan adalah tentang menyediakan dana yang dibutuhkan oleh bisnis dengan persyaratan yang paling menguntungkan, dengan tetap mengingat tujuannya.

Oleh karena itu, pendekatan ini terutama berkaitan dengan pengadaan dana yang dapat mencakup instrumen, institusi, dan praktik penggalangan dana. Ini juga menangani hubungan hukum dan akuntansi antara perusahaan dan sumber dananya.

2. Teori kedua

Beberapa ahli lain percaya bahwa keuangan adalah tentang kas dalam bisnis. Karena semua transaksi bisnis melibatkan kas, secara langsung atau tidak langsung, keuangan berkaitan dengan segala sesuatu yang dilakukan oleh bisnis.

3. Teori ketiga

Sudut pandang ketiga dan yang lebih diterima secara luas adalah bahwa pengelolaan keuangan mencakup pengadaan dana dan pemanfaatannya secara efektif. Misalnya, dalam kasus perusahaan manufaktur, manajemen keuangan harus memastikan bahwa dana tersedia untuk memasang pabrik produksi dan mesin.

Lebih lanjut, pemilik bisnis atau manajer keuangan juga harus memastikan bahwa keuntungan cukup mengimbangi biaya dan risiko yang ditanggung oleh bisnis. Di pasar yang maju, sebagian besar bisnis dapat mengumpulkan modal dengan mudah. Namun, masalah sebenarnya adalah pemanfaatan modal yang efisien melalui perencanaan dan pengendalian keuangan yang efektif.

Selanjutnya, bisnis harus memastikan bahwa ia menangani tugas-tugas seperti memastikan ketersediaan dana, mengalokasikannya, mengelolanya, menginvestasikannya, mengendalikan biaya, memperkirakan kebutuhan keuangan, merencanakan keuntungan dan memperkirakan pengembalian investasi, menilai modal kerja, dll.

Pengenalan manajemen keuangan juga mengharuskan Anda untuk memahami ruang lingkupnya. Yang harus Anda tahu adalah setiap keputusan keuangan harus memperhatikan kepentingan pemegang saham.

Selanjutnya, mereka dijunjung tinggi oleh maksimalisasi kekayaan pemegang saham, yang tergantung pada peningkatan kekayaan bersih, modal yang diinvestasikan dalam bisnis, dan keuntungan yang digunakan kembali untuk pertumbuhan dan kemakmuran organisasi.

Anda dapat memahami sifat financial management dengan mempelajari sifat investasi, pembiayaan, dan keputusan dividen seperti yang akan kami jelaskan di bawah ini:

1. Keputusan Investasi

Manajer perlu atau pemilik bisnis memutuskan jumlah investasi yang tersedia dari keuangan yang ada, untuk jangka panjang dan jangka pendek. Mereka terdiri dari dua jenis:

Keputusan investasi jangka panjang atau Penganggaran Modal berarti melakukan dana untuk jangka waktu yang lama seperti aset tetap. Keputusan ini tidak dapat diubah dan biasanya mencakup keputusan yang berkaitan dengan investasi di gedung dan/atau tanah, memperoleh pabrik/mesin baru atau mengganti yang lama, dll. Keputusan ini menentukan pengejaran keuangan dan kinerja bisnis.

Keputusan investasi jangka pendek atau Manajemen Modal Kerja berarti melakukan dana untuk waktu yang singkat seperti aset lancar. Ini melibatkan keputusan yang berkaitan dengan investasi dana dalam persediaan, kas, deposito bank, dan investasi jangka pendek lainnya. Mereka secara langsung mempengaruhi likuiditas dan kinerja bisnis.

2. Keputusan Pembiayaan

Manajer atau pemilik bisnis juga membuat keputusan yang berkaitan dengan penggalangan dana dari sumber jangka panjang (disebut Struktur Modal) dan sumber jangka pendek (disebut Modal Kerja). Mereka terdiri dari dua jenis:

Keputusan Perencanaan Keuangan yang berhubungan dengan estimasi sumber dan penggunaan dana. Ini berarti pra-perkiraan kebutuhan keuangan suatu organisasi untuk memastikan ketersediaan keuangan yang memadai. Tujuan utama dari perencanaan keuangan adalah untuk merencanakan dan memastikan bahwa dana tersedia pada saat dibutuhkan.

Keputusan Struktur Modal yang melibatkan identifikasi sumber dana. Mereka juga melibatkan keputusan sehubungan dengan memilih sumber eksternal seperti menerbitkan saham, obligasi, meminjam dari bank atau sumber internal seperti laba ditahan untuk mengumpulkan dana.

3. Keputusan Dividen

Ini melibatkan keputusan yang terkait dengan bagian keuntungan yang akan dibagikan sebagai dividen. Pemegang saham selalu menuntut dividen yang lebih tinggi, sedangkan manajemen ingin menahan laba untuk kebutuhan bisnis. Oleh karena itu, ini adalah keputusan manajerial yang kompleks.

Tujuan Penerapan Manajemen Keuangan Dalam Bisnis

Ada lima tujuan utama perusahaan ketika menerapkan manajemen keuangan, yaitu:

1. Menjaga kelancaran arus kas

Tujuan pertama adalah untuk memastikan bahwa perusahaan memiliki arus kas yang sehat. Penerapan manajemen keuangan dapat memantau jumlah pemasukan atau pengeluaran. Dengan pemantauan, perusahaan dapat mengantisipasi agar arus kas tidak negatif.

2. Meningkatkan efisiensi penggunaan keuangan perusahaan

Pelaksanaan pengelolaan keuangan, yang pada gilirannya erat kaitannya dengan upaya peningkatan efisiensi penggunaan dana perusahaan. Anda tidak hanya bisa melakukan pengawasan tetapi juga menghilangkan pengeluaran yang dianggap tidak efektif dan menggantinya dengan kegiatan yang menguntungkan.

3. Meningkatkan keuntungan

Manajemen keuangan juga dapat digunakan ketika Anda ingin mencapai tujuan keuntungan yang lebih tinggi. Anda bisa mendapatkan kondisi ini dengan melakukan perencanaan keuangan yang matang.

4. Perencanaan struktur modal

Penggunaan manajemen keuangan juga dapat digunakan untuk tujuan perencanaan struktur modal perusahaan. Di sini, perusahaan dapat menyesuaikan komposisi modal untuk menyeimbangkan ekuitas dan utang.

5. Memastikan keamanan investasi

Tujuan terakhir adalah upaya untuk menilai tingkat keamanan kegiatan investasi. Dengan begitu, investasi perusahaan dapat memberikan return yang positif.

Selain memiliki tujuan tersebut di atas, ada lima fungsi penting dalam pelaksanaan pengelolaan keuangan oleh perusahaan, yaitu:

1. Perkiraan Kecukupan Modal

Adanya manajemen keuangan memungkinkan seorang manajer keuangan untuk memperkirakan kecukupan modal perusahaan. Menilai estimasi yang tepat dapat meningkatkan kapasitas pendapatan perusahaan.

2. Menilai Komposisi Modal

Setelah perusahaan membuat estimasi, langkah selanjutnya adalah menentukan struktur modal. Tahap ini membutuhkan analisis debt to equity ratio (DER) jangka pendek atau jangka panjang.

3. Memilih Opsi Sumber Pendanaan yang Tepat

Fungsi selanjutnya adalah keputusan untuk memilih sumber pendanaan perusahaan. Selain modal sendiri yang dimiliki perusahaan, ada beberapa pilihan sumber dana dari pihak ketiga yang bisa diperoleh. Pilihan sumber dana eksternal meliputi penerbitan saham, pinjaman bank atau lembaga keuangan, dan surat utang.

4. Manajemen Kas

Manajemen keuangan juga berperan aktif dalam upaya pengelolaan kas perusahaan. Keberadaan uang tunai sangat penting karena dapat digunakan untuk pembayaran gaji, tagihan bulanan, kewajiban, belanja bahan baku, dan lain sebagainya.

5. Kontrol Keuangan

Fungsi terakhir dari financial management adalah untuk mengontrol keuangan perusahaan. Banyak cara yang dapat dilakukan sebagai upaya pengendalian, seperti peramalan keuangan, pengendalian biaya dan laba, analisis rasio, dan sebagainya.

Tips Agar Manajemen Keuangan pada Bisnis Berjalan Efisien

Anda mungkin merasa bahwa mengelola keuangan dalam bisnis itu sulit dan membingungkan. Ikuti sepuluh tips di bawah ini yang akan membantu Anda dalam melakukan pengelolaan bisnis yang lebih baik:

1. Memiliki rencana bisnis yang jelas
2. Pantau posisi keuangan Anda.
3. Pastikan pelanggan membayar Anda tepat waktu
4. Ketahui biaya harian Anda
5. Lakukan pembukuan dan proses akuntansi dalam bisnis

5.3.2 Manajemen pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi. Sederhananya, Anda dapat memahami bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang melibatkan analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian barang, jasa, dan ide. Proses manajemen pemasaran didasarkan pada gagasan pertukaran.

Apa tujuan dari proses seperti itu? Jawabannya adalah memberikan kepuasan kepada semua orang yang terlibat dalam proses tersebut, termasuk perusahaan, pelanggan, pemasok, dan anggota saluran.

Apa yang dilakukan manajer pemasaran, atau peran apa yang dimainkannya dalam proses yang melibatkan manajemen pemasaran?

Tugasnya dalam proses ini adalah mencari prospek dan merangsang mereka untuk membeli produknya. Tapi itu tidak benar-benar menjelaskan pekerjaan yang dilakukan oleh seorang manajer pemasaran.

Selain merangsang permintaan akan produknya, ia melakukan banyak kegiatan diversifikasi lainnya. Dia harus mempengaruhi tingkat, waktu, dan komposisi permintaan untuk membantu organisasinya mencapai tujuannya.

Sebagian besar pakar pemasaran percaya bahwa tugas manajer pemasaran adalah mengelola permintaan akan produknya.

Ini akan membantu jika Anda menyadari bahwa tuntutan bervariasi dalam hal negara mereka. Pada bagian berikut, kami akan mencoba memberi Anda gambaran tentang status permintaan yang berbeda dan tugas pemasaran yang diakibatkannya.

Selain menurut pandangan umum di atas, ternyata para ahli juga memiliki pengertian manajemen pemasaran yang berbeda. Ini dia beberapa di antaranya:

4. Buhari Alma

Menurut Buhari Alma manajemen pemasaran adalah kegiatan merencanakan, mengarahkan dan mengawasi seluruh aktifitas pemasaran produk perusahaan. Biasanya manajemen ini dijalankan oleh unit kerja di bagian marketing.

5. Philip Kotler

Menurut Philip Kotler manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis planning yang terkait aktualisasi dan pengendalian program yang sudah terencana untuk menghasilkan pertukaran yang baik di dalam suatu pasar yang sudah ditargetkan. Tujuannya tidak lain untuk mendapatkan keuntungan atau laba.

Manajemen Pemasaran Melibatkan:

1. Pengaturan tujuan dan sasaran pemasaran,
2. Mengembangkan rencana pemasaran,
3. Mengatur fungsi pemasaran,
4. Menerapkan rencana pemasaran ke dalam tindakan dan
5. Mengontrol program pemasaran.

Elemen dasar Dalam Manajemen Pemasaran meliputi:

1. Penetapan tujuan

Dasar dari manajemen pemasaran adalah menetapkan tujuan yang dapat dicapai dan membuat garis waktu untuk memenuhi tolok ukur menuju kesuksesan.

Mengelola pemasaran di bisnis Anda melibatkan pemahaman berbagai faktor yang memengaruhi pelanggan di pasar ideal Anda untuk melakukan pembelian, kemudian membuat sasaran berdasarkan penargetan faktor-faktor tersebut.

Saat menetapkan tujuan untuk memfasilitasi manajemen pemasaran, sertakan tujuan penjualan, ekspektasi penganggaran, dan rencana pengembangan merek.

2. Koordinasi

Melakukan kampanye pemasaran membutuhkan kolaborasi antara pemimpin perusahaan, tim kreatif, dan staf yang menghadap ke depan.

Rencana manajemen pemasaran yang kuat menyelaraskan pesan perusahaan di berbagai saluran pemasaran seperti pemasaran digital, pemasaran media sosial, dan iklan cetak.

Untuk mengoordinasikan upaya pemasaran secara efektif, pemilik bisnis mengembangkan visi sentral untuk merek mereka untuk memandu bagaimana materi pemasaran terlihat dan bagaimana duta merek berinteraksi dengan audiens mereka.

3. Riset pasar

Manajemen pemasaran didasarkan pada riset pasar yang menyeluruh. Kumpulkan data pelanggan dan nilai pola ekonomi untuk melihat tren apa yang ingin dibeli konsumen dan mengapa mereka melakukan pembelian tersebut.

Riset pasar mengidentifikasi area di mana bisnis Anda dapat berhasil dan menyoroti tantangan potensial yang perlu ditangani oleh bisnis Anda.

Gunakan riset pasar untuk mengembangkan rencana pemasaran yang berpusat pada pengalaman konsumen.

4. Membangun hubungan

Strategi manajemen pemasaran yang efektif mendatangkan pelanggan baru dan membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan lama untuk mendorong pembelian berulang dan pemasaran dari mulut ke mulut.

Ketika publik mengetahui produk Anda, terlibat dengan mereka melalui konten digital, media sosial, dan jaringan profesional dapat membuat mereka merasa berinvestasi di perusahaan Anda.

Manajemen pemasaran memandu nilai-nilai perusahaan agar selaras dengan konsumen, memberikan tujuan bersama untuk memperkuat hubungan mereka dengan basis pelanggan yang berdedikasi.

5. Membangun ide menarik

Pemasaran yang hebat adalah tangkas dan dapat beradaptasi dengan perubahan tren pasar.

Riset dan analisis pasar yang sedang berlangsung membantu bisnis menghasilkan ide agar tetap relevan dengan audiens mereka atau mengubah merek bisnis mereka untuk mencapai ceruk baru.

Setelah Anda memahami mengapa perusahaan Anda menarik bagi konsumen, Anda dapat berfokus untuk menciptakan produk dan layanan baru yang didasarkan pada daya tarik tersebut.

Selanjutnya, terdapat 6 (enam) Konsep dalam Manajemen Pemasaran

1. Konsep produksi

Konsep ini didasarkan pada gagasan bahwa produk yang murah dan tersedia secara luas menghasilkan lebih banyak penjualan karena pelanggan lebih menyukainya. Ini sangat mirip dengan Hukum Say yang menyatakan ‘Penawaran menciptakan permintaannya sendiri’.

Jadi, perusahaan memproduksi produk dalam skala besar dan memastikannya mudah tersedia di mana-mana bagi pelanggan. Skala besar produksi produk membantu perusahaan untuk memanfaatkan skala ekonomi yang mengarah pada produk murah dan dengan demikian menarik lebih banyak pelanggan.

Kelemahan dari konsep ini adalah hanya berfokus pada produksi tetapi tidak pada kualitas produk yang dalam jangka panjang dapat menyebabkan penurunan penjualan jika produk tidak sesuai sasaran.

Filosofi ini hanya berlaku ketika permintaan melebihi pasokan. Sekali lagi, pelanggan tidak selalu tertarik pada produk yang murah karena keputusan pembeliannya mungkin dipengaruhi oleh faktor lain.

Penerapan Konsep ini:

- a) Perusahaan yang memiliki pasar di seluruh dunia, dalam mengembangkan produk mereka dapat menerapkan konsep ini.

- b) Perusahaan yang menikmati keuntungan monopoli dapat menggunakan konsep ini.
- c) Setiap perusahaan yang permintaan produknya melebihi pasokannya dapat mengikutinya.

2. Konsep produk

Konsep ini didasarkan pada gagasan bahwa pelanggan lebih memilih produk berkualitas apa pun harga dan ketersediaannya.

Menurut konsep ini, perusahaan berkonsentrasi pada pengembangan produk dengan kualitas lebih baik yang biasanya mahal.

Kelemahan dari konsep ini adalah bahwa ia hanya berfokus pada kualitas produk tetapi tidak pada faktor lain seperti kegunaan, ketersediaan, harga, dll.

Jadi, mungkin gagal untuk menarik pelanggan yang perhatiannya ada pada faktor-faktor lain yang disebutkan.

Penerapan Konsep ini:

- a) Perusahaan yang tergabung dalam industri teknologi mungkin menerapkan konsep ini.
- b) Perusahaan yang menikmati keuntungan monopoli dapat menggunakan konsep ini.

3. Konsep Penjualan

Konsep Penjualan hanya berkaitan dengan penjualan produk apa pun kualitas produk dan kebutuhan pelanggan. Motif utamanya adalah menghasilkan uang, bukan mengembangkan hubungan dengan pelanggan.

Jadi, kemungkinan penjualan berulang lebih kecil. Perusahaan yang menerapkan filosofi ini bahkan dapat menipu pelanggan untuk menjual produknya.

Kelemahan dari konsep ini adalah kurangnya kejelasan karena perusahaan fokus pada penjualan apa yang mereka hasilkan daripada fokus pada kebutuhan pasar.

Penerapan Konsep ini:

a) Perusahaan yang hanya mementingkan keuntungan jangka pendek mengikuti konsep ini yang dapat menyebabkan miopia pemasaran, situasi di mana perusahaan hanya berfokus pada penjualan produk daripada memenuhi kebutuhan pelanggan.

b) Perusahaan yang tidak jujur atau ilegal dapat menerapkan konsep ini

4. Konsep pemasaran

Perusahaan yang mengikuti konsep penjualan tidak dapat memiliki eksistensi jangka panjang di pasar karena tidak dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Perusahaan harus membuat produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan mereka untuk sukses di era sekarang ini.

Jadi, konsep pemasaran muncul. Konsep ini didasarkan pada gagasan bahwa pelanggan membeli produk untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Perusahaan berdasarkan filosofi pemasaran melakukan penelitian pelanggan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan mereka dan membuat produk untuk memenuhi hal yang sama lebih baik daripada perusahaan pesaing mereka.

Dengan cara ini, perusahaan membangun hubungan pelanggan, menjadi menguntungkan dan mendapatkan niat baik.

Tapi tetap saja, banyak perusahaan mengikuti filosofi lain dan menghasilkan keuntungan. Pemilihan konsep sangat tergantung pada permintaan, penawaran, dan kebutuhan para pihak yang terlibat.

Penerapan Konsep ini:

a) Bisnis yang terlibat dalam persaingan sempurna dapat mengikuti konsep ini.

b) Bisnis yang menginginkan eksistensi jangka panjang di pasar dapat menerapkan konsep ini.

5. Konsep Pemasaran Sosial

Konsep pemasaran sosial didasarkan pada konsep pemasaran yang hanya menambahkan filosofi kesejahteraan sosial dengannya.

Perusahaan berkonsentrasi pada pemenuhan kebutuhan pelanggan mereka serta berkontribusi pada kesejahteraan sosial tanpa mencemari atau mempengaruhi lingkungan dan sumber daya alam.

Menurut konsep ini, perusahaan atau bisnis yang menjadi bagian dari masyarakat memiliki tanggung jawab sosial perusahaan seperti menghilangkan buta huruf, kemiskinan, mengendalikan pertumbuhan penduduk yang mengkhawatirkan, memastikan fasilitas kesehatan dan pengobatan yang lebih baik, membantu korban berbagai bencana alam seperti banjir, angin topan, dingin yang berlebihan, , draf, dll.

Penerapan Konsep ini banyak perusahaan besar bereputasi seperti bank, saluran TV, perusahaan telekomunikasi, dll mengikuti konsep ini.

6. Konsep Pemasaran Holistik

Konsep pemasaran holistik baru ditambahkan ke konsep manajemen pemasaran yang ada.

Menurut konsep ini, bisnis dan bagian-bagiannya yang berbeda adalah satu kesatuan dan memiliki tujuan yang sama, kegiatan yang selaras dan terintegrasi untuk mencapai tujuan tersebut.

Konsep ini berfokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan dengan cara yang lebih baik dan konsisten serta melakukan tanggung jawab sosial.

Konsep pemasaran holistik sangat penting untuk membangun merek, konsistensi, efisiensi, dan efektivitas.

Penerapan Konsep ini:

- a) Banyak perusahaan besar ternama seperti bank, saluran TV, perusahaan telekomunikasi, dll sekarang menerapkan konsep ini.
- b) Para pebisnis harus memiliki gagasan yang jelas dan lengkap tentang konsep dasar manajemen pemasaran untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

5.3.3 Manajemen penjualan

Manajemen penjualan melibatkan pengawasan dan memimpin tim penjualan.

Sebagai manajer penjualan, Anda mendorong perwakilan penjualan Anda untuk membina hubungan yang kuat dengan prospek, mengubahnya menjadi prospek, dan memindahkan mereka melalui jalur penjualan. Manajemen penjualan sering kali bergandengan tangan dengan manajemen pemasaran.

5.3.4 Manajemen sumber daya manusia

Manajemen sumber daya manusia (SDM) berfokus pada perekrutan dan pengelolaan karyawan organisasi. Ini termasuk kompensasi, perekrutan, keselamatan dan kesehatan, tunjangan dan aspek lain dari administrasi karyawan.

Kesalahpahaman umum tentang manajemen SDM adalah bahwa itu semata-mata tanggung jawab departemen sumber daya manusia atau individu.

Pada kenyataannya, semua manajer departemen harus memahami bahwa SDM yang efektif memungkinkan karyawan untuk berkontribusi secara efektif dan produktif untuk keseluruhan arah dan tujuan perusahaan.

Di masa lalu, Manajemen SDM lebih fokus pada administrasi personalia, tetapi pendekatan manajemen SDM modern menggunakan program karyawan untuk memberikan dampak positif pada staf dan bisnis secara keseluruhan.

5.3.5 Manajemen strategis

Manajemen strategis adalah perencanaan, pemantauan, analisis, dan penilaian yang berkelanjutan dari semua kebutuhan yang dibutuhkan organisasi untuk memenuhi tujuan dan sasaran. Perubahan dalam lingkungan bisnis akan membutuhkan organisasi untuk terus-menerus menilai strategi mereka agar sukses.

Proses manajemen strategis membantu organisasi mengambil stok situasi mereka saat ini, menyusun strategi, menyebarkannya, dan menganalisis efektivitas strategi manajemen yang diterapkan. Strategi manajemen strategis terdiri dari lima tahapan dasar (yang akan kita bahas dibawah) dan dapat berbeda dalam implementasinya tergantung pada lingkungan sekitarnya.

Mencapai tujuan organisasi membutuhkan perencanaan dan kesabaran. Manajemen strategis dapat membantu perusahaan mencapai tujuan mereka.

Manajemen strategis memastikan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan bisnis diterapkan di seluruh perusahaan.

Manajemen strategis menawarkan banyak manfaat bagi perusahaan yang menggunakannya, antara lain:

6. Keunggulan kompetitif

Manajemen strategis memberi bisnis keunggulan dibandingkan pesaing karena sifatnya yang proaktif berarti perusahaan Anda akan selalu menyadari perubahan pasar.

7. Mencapai tujuan

Manajemen strategis membantu menjaga tujuan dapat dicapai dengan menggunakan proses yang jelas dan dinamis untuk merumuskan langkah-langkah dan implementasi.

8. Pertumbuhan berkelanjutan

Manajemen strategis telah terbukti menghasilkan kinerja organisasi yang lebih efisien, yang mengarah pada pertumbuhan yang dapat dikelola.

9. Organisasi yang kohesif

Manajemen strategis memerlukan komunikasi dan implementasi tujuan di seluruh perusahaan. Sebuah organisasi yang bekerja bersama-sama menuju suatu tujuan lebih mungkin untuk mencapai tujuan itu.

10. Peningkatan kesadaran manajerial

Manajemen strategis berarti melihat ke masa depan perusahaan. Jika manajer melakukan ini secara konsisten, mereka akan lebih sadar akan tren dan tantangan industri.

Dengan menerapkan perencanaan dan pemikiran strategis, mereka akan lebih siap menghadapi tantangan masa depan.

Lima Langkah Manajemen Strategis

Meskipun ada pendekatan dan kerangka kerja yang berbeda untuk manajemen strategis, umumnya ada lima langkah yang sama dalam prosesnya:

1. Identifikasi

Langkah pertama dalam manajemen strategis adalah mengevaluasi arah perusahaan saat ini. Ini sering kali termasuk memahami tujuan, misi, dan arah strategis perusahaan secara keseluruhan. Menilai di mana proses perusahaan saat ini akan membantu Anda mencapai tujuan Anda.

2. Analisis

Setelah Anda memahami proses saat ini, Anda harus menganalisis detailnya.

- a) Apa yang bekerja?
- b) Apa yang tidak berfungsi?
- c) Masukkan apa dari pemangku kepentingan organisasi yang dapat Anda kumpulkan?

Inilah saatnya untuk menjawab setiap pertanyaan yang akan membantu memperkuat elemen-elemen yang diperlukan dari rencana strategis. Analisis SWOT, atau identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, adalah alat yang berguna.

3. Formasi

Setelah Anda memiliki informasi yang Anda butuhkan, sekarang saatnya untuk membuat rencana tindakan untuk mencapai tujuan. Pastikan langkah-langkahnya jelas, terarah dan berhubungan langsung dengan tujuan. Siapkan pedoman implementasi yang mudah dipahami jika proses atau prosedur akan berdampak pada banyak orang dalam organisasi.

4. Eksekusi

Ikuti langkah-langkah yang diuraikan dalam rencana strategis Anda. Pastikan bahwa semua pemangku kepentingan menerapkan rencana seperti yang dirancang untuk efisiensi maksimum.

5. Evaluasi

Evaluasi produk akhir. Apakah Anda mencapai tujuan Anda? Apakah proses tersebut diterapkan dengan tepat di seluruh perusahaan? Berdasarkan jawaban Anda atas pertanyaan-pertanyaan ini, Anda dapat merenungkan dan merevisi sesuai kebutuhan.

5.3.6 Manajemen produksi

Manajemen Produksi adalah proses yang melibatkan pengelolaan dan pengendalian kegiatan produksi bisnis. Ini melibatkan penerapan prinsip-prinsip manajemen pada fungsi produksi bisnis untuk meningkatkan produktivitas.

Manajemen produksi menerapkan perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, dan pengendalian untuk mengelola operasi produksi. Proses ini berkaitan dengan konversi bahan mentah menjadi produk jadi bisnis secara efisien tanpa pemborosan sumber daya.

Ini juga melibatkan pembimbingan berbagai strategi produksi dan memastikan keberhasilan penerapan strategi ini dalam operasi bisnis. Strategi-strategi ini dibentuk dan dilaksanakan oleh

manajemen produksi untuk pencapaian berbagai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dalam hal biaya per unit, kualitas, bauran produksi, dan kapasitas produksi.

Manajemen produksi bertujuan untuk integrasi dan pemanfaatan yang tepat dari 6M: Men, Machine, Money, Methods, Materials, dan Market untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang lebih baik

5.3.7 Manajemen program dan proyek

Manajemen proyek adalah perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan proyek.

Manajer proyek memprioritaskan memperoleh alat atau pengetahuan yang dibutuhkan untuk memenuhi persyaratan proyek jangka pendek dan jangka panjang.

Manajemen program serupa: Ini melibatkan tugas yang sama untuk banyak proyek, bukan hanya satu.

5.3.8 Manajemen pengetahuan

Manajer pengetahuan membuat, mendistribusikan, dan mengelola pengetahuan perusahaan.

Manajer proyek dapat beralih ke manajer pengetahuan ketika proyek mereka membutuhkan informasi yang akan sulit ditemukan di tempat lain.

5.3.9 Manajemen operasi

Manajemen operasi adalah tanggung jawab untuk memastikan bahwa semua departemen operasi bisnis efisien.

Mengelola operasi bisnis berarti berurusan dengan sejumlah besar departemen, strategi, dan proses. Tim operasi perlu mempertimbangkan perolehan, pengembangan, dan pemanfaatan sumber daya yang dibutuhkan bisnis mereka untuk mengirimkan barang dan jasa yang diinginkan klien.

5.3.10 Manajemen layanan

Manajemen layanan sangat bervariasi tergantung pada industri dan bisnisnya. Terkadang, identik dengan manajemen layanan TI, tetapi kedua sektor ini berbeda di beberapa area.

Pertama, manajemen layanan biasanya menggabungkan sistem otomatis dan tenaga kerja terampil dan sering menyediakan pengembangan layanan, bahkan jika itu tidak terkait dengan TI.

Salah satu fokus manajemen layanan adalah pengelolaan dan perampingan alur kerja untuk mengotomatisasi atau mendukung pengambilan keputusan manusia.

Manajemen layanan adalah apa yang memungkinkan penyedia untuk memahami layanannya dari perspektif organisasi dan konsumen dan untuk memastikan bahwa layanan memfasilitasi hasil yang diinginkan dari klien mereka.

Apa pun layanannya, penyedia layanan terkelola perlu memahami dan mengelola biaya dan risiko yang terlibat, serta nilai dan pentingnya layanan bagi klien mereka.

5.3.11 Manajemen TI

Manajemen TI berfokus pada pengawasan dan penanganan sumber daya teknologi bisnis untuk memenuhi kebutuhan dan prioritasnya.

Manajer dan tim TI memastikan teknologi bisnis selaras dengan strategi perusahaan. Tiga elemen kunci manajemen TI adalah konfigurasi TI, layanan TI, dan manajemen keuangan TI.

Manajemen TI juga melibatkan pemenuhan tujuan bisnis sambil memenuhi harapan pelanggan.

Manajer TI harus fokus pada komponen individu dan penyampaian layanan ujung ke ujung menggunakan metode terbaik untuk mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi karyawan.

Manajemen TI menggabungkan pendidikan dan pengembangan manajer yang dapat secara efektif mengelola perencanaan, desain, pemilihan, implementasi, penggunaan, dan administrasi teknologi informasi dan komunikasi yang muncul dan menyatu.

5.3.12 Manajemen hubungan masyarakat

Dalam manajemen hubungan masyarakat, Anda berkomunikasi dengan tokoh masyarakat, terutama wartawan, yang dapat menginformasikan kepada publik tentang berita, produk, dan lainnya terbaru perusahaan Anda.

Strategi hubungan masyarakat mungkin berbeda menurut industri, tetapi mereka memiliki tujuan akhir yang konsisten: citra publik yang kuat.

5.3.13 Manajemen rantai pasokan

Manajemen rantai pasok atau supply chain management adalah proses mengelola perkembangan tenaga kerja juga produk dan menggabungkan semua siklus yang mengubah bahan mentah menjadi produk akhir.

Ini mencakup perampingan dinamis proses output pasokan bisnis. Proses ini untuk memperkuat nilai pelanggan dan mendapatkan keunggulan atas yang lain di pasar.

Manajemen rantai pasok membahas semua upaya yang dilakukan oleh pemasok untuk membuat dan menjalankan rantai pasokan yang cukup efektif dan efisien seperti yang diharapkan.

Rantai pasokan mencakup semuanya mulai dari, pembuatan produk, peningkatannya hingga kerangka kerja data yang diharapkan untuk mengoordinasikan upaya ini.

Manfaat Manajemen Rantai Pasok dalam Bisnis

11. Pengurangan Biaya

Dengan mengoordinasikan pemasok dan menerapkan inovasi, bisnis dapat menurunkan biaya kerja dengan bereaksi lebih progresif terhadap kebutuhan klien. Mengelola barang, memproduksi barang sesuai permintaan.

Manajemen rantai pasokan memastikan bahwa bisnis tidak memproduksi secara berlebihan, sehingga mengurangi tenaga kerja dan menambah biaya persediaan, dan mengganggu proses manajemen persediaan.

Produsen juga bergantung pada manajemen rantai pasokan untuk mengirimkan bahan mentah secara andal ke pabrik perakitan untuk menghindari kekurangan bahan yang akan menghentikan produksi.

Selain itu, mereka juga bergantung padanya untuk merancang jaringan yang memenuhi tujuan layanan pelanggan dengan biaya total paling rendah. Rantai pasokan yang efisien memungkinkan perusahaan menjadi lebih kompetitif di pasar.

12. Peningkatan Pendapatan

Saat ini, karena organisasi menggunakan inovasi dan teknologi untuk mendekati permintaan dan minat pelanggan dengan cepat. Dalam kebanyakan kasus, barang tetap dapat diakses oleh pelanggan untuk dibeli.

Ketika barang-barang manufaktur disederhanakan, pekerjaan dan bahan dapat diberikan untuk membuat barang-barang baru untuk ditawarkan kepada pelanggan dan membangun merek lebih jauh.

Selain produksi, ini mungkin juga berarti memberikan kontribusi administrasi yang berbeda kepada pelanggan.

13. Penggunaan Aset yang Efisien

Dengan bantuan supply chain management yang efektif, organisasi dapat memanfaatkan sumber daya rumah, transportasi, atau perangkat keras dengan paling memadai.

Mungkin dengan menambahkan jarak tempuh yang tidak perlu ke peralatan perakitan, organisasi dapat memenuhi kebutuhan dan tidak menyia-nyiakan sumber daya.

Ini memastikan bahwa organisasi mengirimkan barang dengan kecepatan yang lebih tinggi, menjamin bahwa barang dapat diakses, tidak ada masalah kualitas, dan melakukan pengembalian barang dengan mudah, pada akhirnya mengembangkan nilai lebih lanjut, baik di dalam organisasi maupun bagi pelanggan.

Organisasi menghargai supply chain manager karena ia mengurangi penggunaan aset tetap besar seperti pabrik, gudang, dan kendaraan dalam rantai pasokan.

Ini adalah beberapa manfaat menarik dari manajemen rantai pasokan. Sementara Anda baru saja bersiap untuk memiliki supply chain management yang lebih baik di perusahaan Anda, biarkan kami dengan cepat memberi tahu Anda cara kerja supply chain management.

5.3.14 Manajemen persediaan

Manajemen persediaan adalah bagian dari manajemen rantai pasokan atau supply chain management yang melibatkan pengawasan aliran barang dari produsen ke gudang ke titik penjualan.

Fungsi utama dari manajemen persediaan adalah menyimpan catatan rinci tentang produk baru dan produk yang dikembalikan saat mereka memasuki atau meninggalkan gudang atau tempat penjualan.

Sementara proses manajemen persediaan bisa lebih kompleks dalam organisasi yang lebih besar, proses dasarnya sama: barang diterima ke gudang dan diletakkan di rak atau ke area persediaan, kemudian dipindahkan ke fasilitas produksi di mana barang tersebut dibuat menjadi barang jadi dan kemudian dikirim langsung ke pelanggan.

Di perusahaan yang lebih kecil, barang yang diterima dari produsen dapat langsung masuk ke area stok. Untuk distributor grosir, barangnya adalah produk jadi, bukan bahan mentah.

Proses manajemen persediaan memerlukan penggunaan berbagai jenis data untuk melacak barang, termasuk jumlah barang, harga pokok barang, nomor seri, nomor lot dan tanggal.

Ketika manajemen persediaan terorganisir dengan baik, sisa proses manajemen rantai pasokan akan berjalan dengan lancar. Tanpa itu, perusahaan menghadapi risiko masalah seperti salah pengiriman, salah pilih, barang kehabisan stok, dan kelebihan stok.

Ketika gudang tidak dikelola dengan baik, rak yang tidak teratur, daftar pengambilan kertas yang salah, atau gudang yang berantakan dapat menyebabkan kesalahan pengambilan.

Kesalahan pengiriman, pada gilirannya, adalah akibat dari kesalahan pengambilan pada awal proses.

Ketika perusahaan menggunakan metode manual untuk menempatkan pesanan dan tidak memiliki pemahaman penuh tentang barang apa yang mereka miliki dalam persediaan, mereka tidak dapat memperkirakan persediaan yang mereka perlukan dengan tepat.

Pada akhirnya, ini menghasilkan kehabisan stok dan kelebihan stok. Kesalahan ini berdampak pada profitabilitas organisasi, pemborosan uang, serta waktu karyawan mengoreksi kesalahan, dan karena kesalahan seperti ini berdampak buruk pada perusahaan, hal itu juga dapat menghasilkan ulasan negatif atau berdampak pada loyalitas pelanggan.

5.3.15 Manajemen penelitian dan pengembangan

Manajer research and development (R&D) atau penelitian dan pengembangan mengawasi upaya penelitian dan pengembangan produk dari tim atau seluruh perusahaan.

Manajer R&D dapat mengelola peneliti dan pengembang, melakukan tugas penelitian dan pengembangan sendiri, atau melakukan kedua peran ini.

5.3.16 Manajemen teknik

Manajemen teknik dan manajemen R&D termasuk di antara jenis manajemen yang paling banyak tumpang tindih.

Manajemen teknik mungkin melibatkan lebih banyak manufaktur – mengubah penelitian menjadi barang yang dapat dijual – daripada manajemen R&D, tetapi seringkali, kedua jenis manajemen ini memerlukan tugas yang serupa.

5.3.17 Manajemen desain

Seperti manajemen R&D, manajemen desain adalah pengawasan tentang bagaimana produk berevolusi dari sebuah ide menjadi item yang nyata.

Namun, manajer desain dapat fokus sama pada penampilan dan fungsionalitas item, sedangkan manajer R&D sering memprioritaskan fungsi daripada bentuk.

5.3.18 Manajemen mutu

Manajemen mutu adalah pengawasan semua tugas penjaminan mutu. Ini sering melibatkan perencanaan produk atau layanan.

Setelah pelanggan atau klien pertama kali menggunakan produk atau layanan, manajer kualitas akan menilai peningkatan yang dicari pengguna dan memandu tim melalui penerapan perubahan ini.

5.3.19 Manajemen risiko

Manajemen risiko adalah proses di mana bisnis, manajer keuangan atau individu mengidentifikasi, mengevaluasi dan memprioritaskan risiko dan kemudian merumuskan rencana untuk meminimalkan dampak dari risiko tersebut.

Bisnis menggunakan berbagai sumber daya, termasuk sumber daya keuangan, untuk memantau risiko, meminimalkannya, dan mengontrol kemungkinan risiko tertentu membuahkan hasil.

Dalam kehidupan sehari-hari, keuangan dan bisnis, risiko didefinisikan sebagai kemungkinan hilangnya sesuatu yang berharga. Kerugiannya tidak terkendali, dan beberapa risiko melekat pada bisnis dan transaksi keuangan.

Beberapa penyebab risiko termasuk kecelakaan, ancaman yang dapat menyebabkan kegagalan proyek, bencana alam, kewajiban hukum, ketidakpastian di pasar keuangan dan sabotase pesaing.

Strategi manajemen risiko mempertimbangkan penyebab ini untuk meminimalkan kerusakan pada entitas yang menggunakan strategi ini.

Pengertian manajemen risiko menurut para ahli

Selain pengertian umum di atas, ternyata para ahli juga banyak yang menafsirkan pengertian manajemen risiko secara redaksional. Ini dia beberapa di antaranya:

A. Menurut Fahmi (2010) manajemen risiko adalah satu disiplin ilmu yang mempelajari tentang tindakan-tindakan organisasi dalam mengatasi masalah berbasis manajemen yang sistematis dan menyeluruh.

B. Menurut Djojo Soedarso (2003) memiliki pandangan yang berbeda. Menurutnya manajemen risiko adalah penerapan fungsi manajemen secara umum untuk memetakan masalah dan solusinya yang terjadi di dalam sebuah organisasi perusahaan maupun keluarga dan masyarakat.

C. Menurut Noshworthy (2000) Manajemen risiko adalah *Implementation of measures aimed at reducin the like lihood of those threats occuring and minimissing any damage if they do; Risk analysis and risk control form the basis of risk management where risk control is the application of suitable controls to gain a balance between security, usability and cost.*

D. Menurut Darmawi (2014) manajemen risiko adalah suatu usaha untuk mengetahui, menganalisis serta mengendalikan risiko dalam setiap kegiatan perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh efektifitas dan efisiensi yang lebih tinggi.

E. Menurut Tampubulon (2004), manajemen risiko adalah satu proses yang dilakukan untuk mengakomodasi segala kemungkinan buruk dari sebuah transaksi bisnis.

F. Menurut Bramantyo (2008) berpendapat bahwa manajemen risiko adalah proses terstruktur dan sistematis dalam mengidentifikasi, mengukur, memetakan, mengembangkan alternatif penanganan resiko.

Prinsip-prinsip manajemen risiko yaitu 10 P yang meliputi:

14. Policy atau kebijakan

Ini mungkin harus ditempatkan pertama pada daftar Anda sendiri atas dasar bahwa secara teoritis ini harus menjadi titik awal. Namun dalam praktiknya, hal ini tidak selalu di mana orang memulai, tentu saja tidak di perusahaan kecil di mana pertimbangan praktis mendikte banyak keputusan kebijakan selanjutnya.

Tentu saja, ini merupakan elemen penting dalam mengembangkan strategi yang memungkinkan tercapainya tujuan kebijakan manajemen risiko.

a) Berbagai kebijakan dapat dikembangkan terkait dengan

- b) Kesehatan dan keselamatan,
- c) Investigasi kecelakaan, pelaporan dan rehabilitasi
- d) Lingkungan dan pengelolaan sampah,
- e) Kesempatan kerja dan kesetaraan,
- f) Pembelian dan kontrol keuangan
- g) Kompetisi

Jelas kebijakan tersebut harus dikembangkan sedemikian rupa sehingga mereka hidup berdampingan dengan mudah dengan orang lain, dan untuk memiliki dampak terbesar harus membangun umpan balik dari elemen lain yang diidentifikasi.

Selain itu, akan selalu ada pertanyaan “bagaimana kebijakan ini mempengaruhi risiko yang teridentifikasi?”

15. Planning atau Perencanaan

Ini termasuk perencanaan di tingkat manajemen strategis dan tingkat operasi praktis, dengan semua elemen lain memberi informasi kembali ke tahap ini dan prioritas tindakan diputuskan.

Sementara semua “P” lainnya masuk ke tahap ini, sangat penting bahwa mereka dipertimbangkan sedemikian rupa sehingga semuanya sama pentingnya dalam proses pengambilan keputusan.

Misalnya, banyak pekerjaan selama beberapa tahun terakhir dilakukan untuk mengembangkan alat untuk membantu bisnis mengelola risiko kesehatan dan keselamatan karena elemen ini diberi prioritas yang jauh lebih tinggi daripada masalah keuangan.

Kadang-kadang hal ini dapat dibenarkan, tetapi akan selalu terjadi pergeseran dalam penekanan peraturan yang mencakup tempat kerja berarti bahwa semua risiko harus dipertimbangkan.

Pertanyaan pada tahap ini meliputi:

- a) Apa tujuan dari kegiatan perencanaan – dan siapa berhubungan dengan hasilnya?
- b) Siapa yang akan terlibat dalam proses perencanaan, baik internal maupun eksternal perusahaan?
- c) Bagaimana semua “P” lainnya masuk dan berdampak pada tahap ini?

d) Bagaimana prioritas tindakan akan diputuskan?

16. Produk atau Layanan

Ada beberapa faktor risiko yang terkait dengan produk atau layanan itu sendiri yang kemudian menjadi pertanyaan tentang pembelian, produksi, pengelolaan limbah, dll. Ini termasuk

- a) Tahapan siklus hidup produk dan tren terkini
- b) Posisi kompetitif perusahaan sekarang dan potensi di masa depan
- c) Isu lingkungan “ramah” yang mempengaruhi pembangunan
- d) Tren gaya hidup dan perubahan demografis
- e) Berbagai tekanan internal dan eksternal pada bisnis

17. Proses

Risiko yang terkait dengan proses itu sendiri dapat sangat bervariasi, tentu saja, tergantung pada jenis bisnis yang dipertimbangkan. Namun, pertanyaan mendasar akan terkait dengan

- a) Teknik yang digunakan, dan risiko bawaan yang terkait dengannya
- b) Pengendalian yang ada untuk mengurangi risiko
- c) Potensi dampak perkembangan teknologi, baik positif maupun negatif
- d) Perubahan dalam undang-undang dan dampaknya terhadap pilihan teknik
- e) Inisiatif pemerintah untuk mendukung dan mendorong perusahaan agar mempertimbangkan untuk menggunakan teknologi baru
- f) Tingkat keterampilan staf yang tersedia, baik internal maupun yang lebih banyak tersedia di wilayah geografis

18. Premis

Ini sering merupakan faktor risiko yang signifikan bagi perusahaan kecil, karena mereka sering memiliki akses terbatas ke tempat yang sesuai, baik pada tahap awal atau ketika memperluas produksi.

Di skala yang berbeda, kekhawatiran yang lebih besar datang dari adanya faktor risiko tambahan untuk dipertimbangkan di tempat kerja dan harus sepenuhnya mengoptimalkan fasilitas yang tersedia di masing-masing lokasi.

Berbagai macam faktor risiko termasuk:

- a) Kesesuaian tempat untuk jenis proses yang terlibat, khususnya di industri manufaktur tradisional
- b) Ukuran tempat dan fasilitas yang tersedia
- c) Masalah keuangan terkait dengan status kepemilikan atau sewa, perbaikan, perluasan, dll
- d) Lokasi dan cara produk atau jasa mencapai pelanggan
- e) Risiko kesehatan, keselamatan, kebakaran, dan lingkungan bagi pekerja dan orang lain

19. People atau Karyawan

Penting untuk mempertimbangkan pekerja di semua tingkatan di perusahaan, terutama mereka yang memiliki bentuk kontrak kerja non-tradisional dan pekerja sementara.

Ada pertimbangan yang lebih luas untuk beberapa perusahaan, karena risiko bagi pengunjung situs dan masyarakat luas di sekitarnya mungkin perlu diidentifikasi. Masalah lainnya termasuk

- a) Bagaimana pekerja diatur, misalnya sebagai kelompok atau tim,
- b) Masalah budaya termasuk “budaya” di tempat kerja individu
- c) Apakah ada (atau seharusnya ada) pengakuan serikat pekerja
- d) Keterampilan dan kompetensi pekerja saat ini dan seberapa dekat ini sesuai dengan kebutuhan masa depan
- e) Pelatihan dan pengawasan pekerja
- f) Persyaratan legislatif yang bertujuan untuk mengurangi risiko bagi pekerja

20. Protection atau Perlindungan

Ini jauh lebih luas dari sekedar perlindungan orang dari risiko kesehatan dan keselamatan, dan termasuk mengidentifikasi risiko yang terkait dengan perlindungan terhadap

- a) Karyawan
- b) Tempat
- c) Bahan

- d) Hak intelektual
 - e) Data dan keamanan
 - f) Lingkungan
 - g) Ditambah masalah lain seperti asuransi dan hukum.
21. Prosedur

Elemen ini berhubungan dengan 10 P lainnya, khususnya Produk, Proses dan People.

- a) Jenis pertanyaan yang mungkin Anda pertimbangkan harus mencakup:
- b) Seberapa tepat mereka untuk proses produksi saat ini?
- c) Apakah mereka cocok untuk produksi masa depan?
- d) Bagaimana pengenalan teknologi baru akan berdampak pada prosedur yang ada?
- e) Apakah mereka benar-benar dilaksanakan sebagaimana mestinya, dan apakah mereka dipantau secara efektif?
- f) Bagaimana efektivitas mereka diukur dan dievaluasi?
- g) Apakah mereka berfungsi untuk mengurangi risiko atau menimbulkan risiko tambahan?

22. Pembelian

Ini adalah elemen penting dalam pengelolaan risiko yang seringkali terlupakan dari pertimbangan elemen lainnya. Ada masalah yang luas seperti

- a) penggunaan Standar yang diakui dalam bisnis
- b) Kebijakan perusahaan tentang Kualitas
- c) Kebijakan pemerintah tentang standar, lingkungan, perlindungan pekerja, dll
- d) ditambah masalah yang lebih spesifik untuk perusahaan seperti
- e) Kondisi biaya dan pembayaran
- f) Jenis bahan, ketersediaan, pengiriman
- g) Proses dan teknik produksi

- h) Teknologi dan memperbaharui atau mengganti peralatan dan mesin
- i) Isu “hijau” dan persepsi publik tentang perusahaan

23. Performance

Sebagai faktor risiko, hal ini berkaitan dengan kriteria dan ukuran kinerja yang dipilih oleh perusahaan. Siapa pemangku kepentingan yang sebenarnya ingin tahu tentang kinerja, dan apa yang sebenarnya dicari oleh berbagai kelompok ini?

Jelas, pertanyaan-pertanyaan ini kemudian akan berdampak pada jenis tindakan yang dipilih untuk elemen tertentu dari kinerja bisnis, dan seberapa efektif risiko sebenarnya dikelola.

Kinerja dapat dilihat pada tingkat pekerja/departemen/perusahaan individu, dan mungkin hanya terkait dengan perusahaan individu atau menjadi bagian dari latihan “pembandingan”.

Sekali lagi, pertanyaan tentang kesehatan dan keselamatan, kecelakaan dan cedera, klaim asuransi, standar kualitas dan lingkungan, semuanya akan menjadi bagian dari evaluasi manajemen risiko.

5.3.20 Manajemen perubahan

Manajemen perubahan adalah jenis manajemen yang luas yang menangani berbagai transisi perusahaan, baik internal maupun eksternal.

Manajemen perubahan mungkin memerlukan pemanduan tim melalui perubahan kebijakan atau implementasi tim baru. Ini bisa seluas membantu dengan merger dan akuisisi perusahaan.

5.3.21 Manajemen inovasi

Manajemen inovasi adalah pengawasan dari beberapa jenis manajemen lainnya. Manajer inovasi dapat bekerja untuk mengoordinasikan tugas R&D, manajer strategis dan perubahan untuk merampingkan pekerjaan menuju tujuan perusahaan yang menyeluruh.

5.3.22 Manajemen fasilitas

Seperti jenis manajemen lainnya, alokasi sumber daya memainkan peran kunci dalam manajemen fasilitas. Namun, dengan manajemen fasilitas, sumber daya yang dimaksud biasanya berupa bangunan penuh, seperti kantor atau pusat data.

5.4. Tips Mengelola Manajemen Bagi Bisnis Kecil

Mengelola bisnis kecil adalah pekerjaan yang sulit. Anda bertanggung jawab atas semua detail, mulai dari penjualan, pemasaran, perekrutan, pemecatan, pengelolaan keuangan, hingga persediaan. Sangat mudah untuk merasa kewalahan ketika Anda mengawasi sejuta detail yang berbeda.

Beberapa tips untuk menyederhanakan dan membuat manajemen bisnis kecil lebih mudah.

5.4.1 Otomatiskan Operasi Anda

Waktu adalah uang. Ini terutama benar ketika Anda menjalankan bisnis kecil dan Anda memiliki waktu terbatas untuk menangani semua operasi sehari-hari. Anda dapat menghitung setiap menit dengan memanfaatkan otomatisasi untuk meningkatkan efisiensi Anda.

Anda dapat menggunakan aplikasi dan program untuk merekam timesheets, melacak persediaan Anda, mengelola uang Anda, dan banyak lagi, software akuntansi tersebut dapat mengotomatiskan daftar tugas pembukuan Anda, membuatnya lebih mudah untuk menyelesaikan tugas-tugas akuntansi mendesak.

Melacak semua informasi keuangan secara manual membuat Anda membuang banyak waktu, namun dengan menggunakan software Anda bisa dengan mudah mengotomasi seluruh proses ini seperti pemantauan stok, membuat laporan keuangan, membuat faktur, dan masih banyak lagi.

5.4.2 Ikuti Perkembangan Teknologi yang Diharapkan Pelanggan Anda

Saat ini, pelanggan dan klien mengharapkan semua bisnis untuk merangkul teknologi saat ini untuk membuat pengalaman konsumen mereka lebih baik, lebih cepat, dan lebih murah.

Kita semua membawa smartphone dan kita berharap dapat terhubung dengan bisnis yang kita cintai secara online dan dalam aplikasi.

Bagian dari manajemen usaha kecil adalah memastikan merek Anda menarik bagi pelanggan Anda.

Itu berarti menjaga situs web berkualitas tinggi dan menawarkan tingkat teknologi yang sama dengan pesaing Anda untuk membuat pelanggan Anda senang.

Misalnya, Anda menjalankan salon. Pertimbangkan untuk menyiapkan situs web Anda sehingga pelanggan dapat membuat janji temu secara online – mereka senang dengan kenyamanannya dan buku janji temu Anda terisi dengan sendirinya.

Salah satu cara mudah untuk mengelola aspek ini adalah berbicara dengan pelanggan Anda – tanyakan kepada mereka apakah Anda memenuhi kebutuhan mereka dan apakah ada hal lain yang ingin mereka lihat dari bisnis Anda.

Anda juga harus melacak perkembangan teknologi dalam industri Anda. Apakah ada perkembangan baru yang akan membantu Anda menjaga hubungan pelanggan dengan lebih baik?

Jika Anda menjalankan studio yoga, misalnya, Anda mungkin ingin menawarkan monitor detak jantung pelanggan Anda saat mereka berolahraga sehingga mereka dapat melacak kebugaran mereka dengan lebih baik.

5.4.3 Delegasikan Tugas

Manajemen bisnis kecil bukan hanya tentang Anda dan bisnis – ini juga tentang mengelola karyawan Anda secara efektif.

Ini adalah bisnis Anda dan Anda mungkin merasa enggan untuk membiarkan orang lain mengambil alih menjalankannya, tetapi mengetahui kapan harus mendelegasikan dapat menghemat waktu dan sakit kepala Anda.

Jika Anda memiliki karyawan tetap, Anda dapat melatih mereka untuk melakukan hal-hal dengan cara Anda sampai mereka siap untuk bertanggung jawab atas bagian-bagian bisnis.

Jika tidak, mungkin ada baiknya untuk menyewa pekerja lepas atau pekerja kontrak untuk proyek yang membutuhkan waktu, tenaga, atau keahlian yang tidak Anda miliki.

Membangun situs web adalah contoh yang bagus – mungkin lebih mudah untuk mempekerjakan seseorang yang berpengalaman daripada mencari tahu sendiri.

5.4.4 Jangan Pernah Lupa Anggaran Anda

Anggaran adalah alat yang diperlukan untuk menyusun pengeluaran yang diproyeksikan, mempersiapkan hari-hari buruk yang tak terhindarkan, dan tetap berada di jalur kesehatan keuangan Anda.

Tidak peduli seberapa sibuknya hari-hari Anda, Anda harus selalu memperhatikan status keuangan bisnis Anda untuk memastikan Anda berada dalam posisi yang aman dan stabil.

Ingatlah bahwa anggaran Anda adalah dokumen yang dinamis. Seiring kebutuhan bisnis Anda tumbuh dan berubah, Anda sebaiknya mengevaluasi kembali anggaran Anda dan melakukan penyesuaian yang diperlukan.

Para ahli keuangan merekomendasikan tinjauan bulanan semua biaya dan pengeluaran anggaran Anda agar tetap pada jalurnya.

5.4.5 Kelola Persediaan Anda

Saat Anda menjual produk, bagian dari peran manajerial Anda akan mengelola inventori atau persediaan Anda.

Anda akan ingin menemukan sistem yang baik untuk mengelola inventori Anda, melacak apa yang terjual, dan, jika perlu, melacak pengiriman Anda.

Ini adalah satu tempat di mana Anda dapat memanfaatkan otomatisasi untuk melacak penggunaan dan kebutuhan inventori Anda.

Anda juga harus mengelola inventori jika Anda menyediakan layanan – Anda memiliki jumlah tenaga kerja dan persediaan yang terbatas untuk dikerjakan dan Anda harus memastikan bahwa Anda memiliki cukup keduanya pada waktu yang tepat untuk membuat pelanggan Anda puas.

5.4.6 Tetapkan Tujuan Konkrit

Sebagian besar manajemen bisnis kecil berfokus pada tugas sehari-hari – memastikan Anda memiliki inventaris yang tepat, membuat pelanggan senang, mengatur keuangan Anda, dan banyak lagi.

Namun, berhati-hatilah untuk tidak membiarkan kesibukan harian itu membayangi tujuan jangka panjang Anda untuk pertumbuhan.

Cara terbaik untuk mengawasi gambaran besarnya adalah dengan menetapkan tujuan yang konkret dan terukur, dan memeriksa secara teratur untuk memastikan bahwa Anda bergerak ke arah yang benar.

Sasaran Anda mungkin mencerminkan sejumlah pelanggan yang dilayani, sejumlah produk yang terjual, atau ukuran keberhasilan lainnya.

Mungkin Anda ingin memperluas ke lokasi kedua – itulah tujuan lain yang dapat Anda lacak.

Tuliskan tujuan Anda dan selalu periksa kembali secara teratur untuk menjaga bisnis Anda bergerak ke arah yang benar.

5.5. Kesimpulan

Manajemen bisnis sangat penting untuk kelangsungan usaha karena mencakup seluruh hal mulai dari produksi bahan, uang, dan mesin, dan melibatkan inovasi dan pemasaran, oleh karena itu setiap pebisnis/wirausahawan harus memiliki kemampuan manajemen bisnis yang handal. Dari penjelasan yang dipaparkan diatas dapat kita ketahui bahwa pengertian Manajemen Bisnis adalah kegiatan dalam merancang, mengelola dan mengoperasikan sebuah usaha atau bisnis. dia mencakup semua pengaturan baik dari dalam proses pengerjaan suatu bisnis untuk mencapai suatu tujuan yang kamu inginkan

BAB VI

MANAJEMEN PENJUALAN

Bisnis yang berkembang menjalankan satu hal dengan sangat baik: manajemen penjualan. Memiliki manajer penjualan yang hebat dapat menjadi penentu keberhasilan departemen penjualan Anda.

Karena ada begitu banyak bagian yang bergerak dalam suatu organisasi, proses manajemen penjualan perlu dipahami sepenuhnya untuk memastikan setiap “aspek” dari upaya penjualan kolektif beroperasi secara efisien.

Untuk mengetahui manajemen penjualan secara lengkap dan lebih mendalam, Anda bisa membaca artikel ini sampai selesai untuk mendapatkan tips mengelola manajemen penjualan lebih baik.



6.1. Pengertian Manajemen Penjualan

Manajemen penjualan adalah proses mengembangkan tenaga penjualan, mengkoordinasikan operasi penjualan, dan menerapkan teknik penjualan yang memungkinkan bisnis untuk secara konsisten mencapai, dan bahkan melampaui, target penjualannya.

Penjualan adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Tidak hanya perusahaan besar yang melakukan penjualan, penjualan dilakukan oleh manusia secara umum. Menjual berbagai jenis jasa dan barang termasuk ke dalam penjualan.

Berikut adalah beberapa definisi selling atau penjualan menurut para ahli:

a. Philip Kotler

Philip Kotler dalam buku berjudul *Manajemen Pemasaran* (2008) menyebutkan bahwa penjualan adalah proses sosial manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

b. William G. Nickels

William G. Nickels dalam buku *Understanding Business* (1998) menyebutkan bahwa penjualan yaitu proses di mana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak.

c. Sofjan Assauri

Sofjan Assauri dalam buku berjudul *Manajemen Pemasaran* (2002) menyebutkan penjualan merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

d. Winardi

Winardi dalam buku *Pengantar Manajemen Penjualan (Sales Management)* (1991) menyebutkan bahwa penjualan adalah proses di mana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli.

Jika bisnis Anda tidak menghasilkan pendapatan sama sekali, strategi manajemen penjualan adalah keharusan mutlak.

Dalam hal meningkatkan kinerja penjualan untuk ukuran operasi apa pun, apa pun industrinya, rahasia kesuksesan selalu adalah proses manajemen penjualan yang tepat, yang dimulai dengan manajer penjualan hebat yang tahu cara menginspirasi dan memimpin departemen penjualan.

Selain membantu perusahaan Anda mencapai tujuan penjualannya, proses manajemen penjualan memungkinkan Anda untuk tetap selaras dengan industri Anda seiring pertumbuhannya, dan dapat menjadi pembeda antara bertahan dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif.

Jika Anda seorang tenaga penjualan yang kebetulan menemukan panduan ini karena penasaran, Anda berada di tempat yang tepat.

Secara keseluruhan, manajemen penjualan akan membantu bisnis dan pekerja mereka lebih memahami hasil, memprediksi kinerja masa depan, dan mengembangkan rasa kontrol dengan mencakup tiga aspek yang saling berhubungan:

- a. Operasi penjualan
- b. Strategi penjualan
- c. Analisis Penjualan

Prosesnya akan bervariasi dari bisnis ke bisnis, terutama saat Anda bekerja di lini depan, tetapi operasi, strategi, dan analisis adalah tiga titik awal atau fokus utama.

Tapi mari kita bahas secara mendalam ketiga aspek tersebut.

6.1.1. Operasi Penjualan: Membangun Tim

Setelah Anda memperoleh manajer penjualan yang hebat, inilah saatnya untuk mulai berpikir untuk memperluas tim. Hal yang harus Anda pahami, tim penjualan adalah tulang punggung perusahaan; mereka adalah hubungan langsung antara produk dan pelanggan.

Dengan kata lain, mereka penting.

Secara keseluruhan, tim penjualan harus merasa seperti mereka adalah bagian dari perusahaan dan dilengkapi dengan sumber daya untuk maju daripada dipandang sebagai mesin penghasil uang.

Saat memilih dan menempatkan talenta baru, Anda harus meluangkan waktu untuk melatih mereka secara menyeluruh dan mengembangkan keterampilan mereka, terlepas dari pengalaman mereka.

Mengapa?

Tenaga penjual tidak hanya harus menjadi penjual yang hebat, tetapi juga harus hebat dalam menjual produk Anda, dan menjadi perwakilan dari organisasi Anda yang ingin diajak bekerja sama oleh pelanggan.

Setelah Anda memiliki beberapa tim lagi, semua tim penjualan harus berada di halaman yang sama, bekerja sebagai individu dalam satu unit kolaboratif.

Pendekatan yang lebih sistematis akan menghasilkan lebih sedikit kesalahan dan pencapaian yang lebih besar bagi tenaga penjualan dan perusahaan secara keseluruhan.

Maka di sinilah kesenangan sebenarnya dimulai:

Anda dapat mengatur tim Anda untuk sukses dengan memberi mereka target yang tinggi namun realistis, yang dapat Anda lacak untuk mengukur kesuksesan di masa depan (Anda akan mempelajari lebih lanjut tentang ini di bagian “Pelaporan”). Untuk melakukan ini, Anda perlu:

- a. Tetapkan Target
- b. Tetapkan Wilayah
- c. Tetapkan Tujuan dan Kuota

Tetapi pekerjaan tersebut tidak selesai di sana. Jika Anda pemilik bisnis atau manajer penjualan, Anda juga bertugas untuk memonitoring dan menasihati tim selama proses, memastikan mereka masih di jalur, dan memotivasi mereka saat dibutuhkan.

Pikirkan tentang pengalaman apa yang memotivasi Anda sepanjang karier Anda, dan gunakan untuk menginspirasi dan memotivasi tim penjualan Anda sendiri.

Disisi lain jangan lupa untuk berbagi kekecewaan dan kegagalan Anda, bagaimana Anda mengatasinya, dan menawarkan dukungan selama masa-masa sulit.

6.1.2. Strategi Penjualan: Mendefinisikan Proses Penjualan

Setelah Anda memiliki tim penjualan dan mengetahui target Anda, Anda mungkin bertanya-tanya: Bagaimana sebenarnya Anda melakukan penjualan?

Ada banyak definisi penjualan, tetapi pada dasarnya, Anda memfasilitasi transaksi antara perusahaan Anda dan pelanggannya, menggerakkan mereka melalui proses yang mengarah ke pertukaran.

Setiap bisnis memiliki siklus penjualan, yang merupakan serangkaian tugas yang membantu produk perusahaan menjangkau penggunaannya. Oleh karena itu, memiliki saluran penjualan, atau saluran penjualan, akan mempermudah manuver transaksi ini hingga selesai.

Apa itu saluran penjualan?

Saluran penjualan adalah urutan visual aktivitas yang harus dicapai dengan setiap prospek, dari prospek awal hingga penutupan kesepakatan.

Sederhananya, saluran penjualan adalah tangan kanan tenaga penjual Anda, karena membantu mereka tetap teratur dan mengendalikan pekerjaan mereka. Lagi pula, ada beberapa hal yang tidak dapat Anda kendalikan – hasil.

Di situlah aktivitas pengelolaan berperan. Jika seorang tenaga penjualan dapat melihat kemajuan mereka, atau aktivitas mereka, mereka akan termotivasi untuk melakukan lebih banyak pekerjaan dan menaklukkan lebih banyak tantangan.

“Ada beberapa hal yang tidak dapat Anda kendalikan yaitu hasil. Di situlah aktivitas pengelolaan berperan.”

Menjaga agar tenaga penjualan bertanggung jawab atas kinerja juga merupakan aspek penting dari pekerjaan manajer penjualan.

6.1.3. Analisis Penjualan: Pelaporan

Pelaporan adalah hal yang memungkinkan Anda untuk memahami bagaimana upaya Anda saat ini memengaruhi kesuksesan perusahaan dan memberi Anda wawasan tentang apa yang dapat Anda lakukan untuk meningkatkan upaya Anda apakah itu mempekerjakan lebih banyak tenaga penjualan atau mendistribusikan kembali tugas.

Pelaporan yang berhasil melibatkan penggunaan metrik penjualan, atau indikator yang dapat diukur, yang memberi tahu Anda bagaimana kinerja setiap aspek operasi penjualan Anda dan apakah Anda mencapai target Anda.

Dengan saluran penjualan standar, Anda seharusnya dapat mengukur empat metrik berikut:

- a. Jumlah transaksi di funnel Anda
- b. Ukuran rata-rata transaksi di funnel Anda
- c. Rasio penjualan, atau persentase rata-rata transaksi yang dimenangkan
- d. Kecepatan penjualan, atau masa berlaku kesepakatan rata-rata sebelum melakukan closing

6.2. Tujuan Manajemen Penjualan

6.2.1. Tujuan Kuantitatif (Jangka Pendek)

Tujuan manajemen penjualan dalam jangka pendek adalah:

- a. Untuk mempertahankan dan merebut pangsa pasar.
- b. Untuk menentukan volume penjualan dengan cara yang berkontribusi pada profitabilitas.
- c. Untuk mendapatkan akun baru dari jenis yang diberikan.
- d. Untuk menjaga pengeluaran pribadi dalam batas yang ditentukan.
- e. Untuk mengamankan persentase yang ditargetkan dari akun bisnis tertentu.

6.2.2. Tujuan Kualitatif (Jangka Panjang)

Tujuan manajemen penjualan dalam jangka panjang adalah:

- a. Untuk melakukan seluruh pekerjaan penjualan.
- b. Untuk melayani akun yang ada, (pelanggan).
- c. Untuk mencari dan memelihara kerjasama pelanggan.
- d. Untuk membantu dealer dalam menjual lini produk.
- e. Untuk memberikan saran teknis di mana pun diperlukan.
- f. Untuk membantu dalam pelatihan personel penjualan perantara.
- g. Untuk memberikan saran dan membantu perantara.
- h. Untuk mengumpulkan dan melaporkan informasi pasar yang menarik dan digunakan kepada manajemen perusahaan.

6.3. Proses Manajemen Penjualan

Proses Manajemen penjualan terdiri dari semua langkah yang diperlukan untuk mengelola penjualan dan aktivitas terkait secara efektif di perusahaan atau organisasi.

Langkah-langkah prosesnya adalah:

6.3.1. Mempekerjakan dan Mengelola personel penjualan

Manajemen penjualan tidak lengkap tanpa tenaga penjualan. Tim penjualan diperlukan untuk menjalankan operasi penjualan, mendapatkan pesanan, menjual produk dan layanan.

Langkah pertama dan terpenting adalah memastikan Anda memiliki orang yang tepat dan mereka cukup termotivasi untuk melakukan penjualan yang dibutuhkan.

Harus ada peran dan tanggung jawab yang tepat untuk personel penjualan yang berbeda. Manajer penjualan juga harus dipekerjakan yang dapat mengatur kerja tim sehari-hari dengan baik.

6.3.2. Menetapkan target untuk setiap profesional penjualan

Dalam penjualan, penetapan target dan kuota sangat penting. Target penjualan selaras dengan perkiraan dan strategi perusahaan secara keseluruhan.

Meskipun tim penjualan melakukan yang terbaik, target memberikan gambaran realistis tentang tujuan perusahaan dan mendorong tim untuk memenuhinya agar dapat tumbuh sebagai tim dan perusahaan.

6.3.3. Mengevaluasi target yang dicapai oleh tenaga penjualan

Menetapkan target saja tidak cukup, mereka perlu dipantau dan dievaluasi. Evaluasi bulanan, triwulanan, tahunan harus dilakukan untuk melihat bagaimana kinerja tim.

Jika target tidak tercapai, maka harus dilakukan koreksi baik dari segi target, upaya maupun produk.

Evaluasi rutin adalah kunci keberhasilan manajemen penjualan.

6.3.4. Melaporkan penjualan yang dicapai ke perusahaan

Pelaporan penjualan sama pentingnya dengan langkah lain dalam proses manajemen penjualan.

Laporan tidak hanya menunjukkan gambaran keseluruhan kepada manajemen menengah dan senior tetapi juga berfungsi sebagai catatan yang dapat dirujuk di masa mendatang.

Seperti pada langkah evaluasi, pelaporan juga harus dilakukan secara berkala misal laporan bulanan atau laporan triwulan.

6.3.5. Meramalkan target penjualan di masa depan berdasarkan nilai uang dan tenaga penjualan untuk siklus penjualan berikutnya

Selain kinerja dan target saat ini, fokus juga harus ke depan. Manajer penjualan perlu memastikan bahwa target masa depan juga sedang disiapkan sesuai permintaan pasar dan perkiraan yang tersedia.

6.4. Tips Mengelola Manajemen Penjualan yang Baik

6.4.1. Pastikan Anda memiliki organisasi yang berorientasi pada kemajuan

Pekerjakan orang-orang dengan dorongan dan tekad. Ciptakan lingkungan yang sangat transparan dan berorientasi pada metrik penjualan utama.

Pada akhirnya, ketika Anda menempatkan orang-orang yang kompetitif bersama-sama dalam lingkungan yang transparan, itu mendorong seluruh organisasi lebih baik.

Pastikan Anda menekankan hasil untuk mencegah orang mengacaukan aktivitas dengan produktivitas.

6.4.2. Identifikasi di mana Anda berada dan apa yang Anda butuhkan

Sebelum Anda mempelajari cara mengelola tim penjualan, Anda perlu membangunnya. Identifikasi kategori mana yang termasuk dalam calon karyawan Anda, pisahkan menjadi dua kategori: *builders* dan *growers*.

Builders tumbuh dari awal. Mereka mulai sebelum ada sistem yang jelas. *Growers* tumbuh setelah semuanya ada di tempatnya.

Kebanyakan orang tidak pandai keduanya. Ketahui tahap apa Anda berada dan jenis tenaga penjualan apa yang Anda butuhkan, dan ajukan pertanyaan untuk memisahkan *builders* dan *growers*.

6.4.3. Kelola ekspektasi yang sesuai

Anda ingin membuat tim Anda bersemangat dan melakukan apa pun yang Anda bisa untuk mendukung mereka.

Saya pikir semua orang tahu seperti apa kinerja yang berlebihan, tetapi tidak banyak yang mendefinisikan seperti apa kinerja yang kurang.

Apakah Anda nyaman dengan tenaga penjual yang secara konsisten berkinerja di 90% dari kuota atau yang bisa mencapai 150% satu bulan dan jauh di bawah berikutnya?

6.4.4. Asah kemampuan presentasi

Anda harus memastikan bahwa karyawan Anda pandai menerima umpan balik. Ukur ini dengan melakukan permainan peran di mana mereka benar-benar melakukan demo untuk produk Anda.

Kemudian tanyakan kepada mereka bagaimana menurut mereka. Kemudian beri mereka umpan balik.

Nilai mereka tidak hanya pada seberapa lancar demo, tetapi seberapa terbuka mereka terhadap penilaian diri, menerima umpan balik, dan menerapkannya.

6.4.5. Tetapkan standar yang tinggi

Ketika tujuan penjualan tinggi (namun dapat dicapai), ada sesuatu yang layak untuk dikejar dan kelompok Anda perlu percaya bahwa segala sesuatu mungkin terjadi.

Jika Anda hanya mencapai 70% dari tujuan peregang, Anda melakukan lebih baik daripada mencapai 100% dari tujuan biasa-biasa saja, selama ada batas ideal tentang apa yang sedang dibangun yang memicu kesuksesan Anda.

6.4.6. Beri insentif untuk tim Anda

Misalnya, berinvestasi di beberapa layar atraktif sekitar kantor yang menampilkan informasi realtime dari transaksi yang *closing* dan nilai bulanan saat ini, atau transaksi yang terjadi untuk setiap orang.

Hal ini menciptakan transparansi di seluruh organisasi dan tim, serta rasa urgensi dan motivasi.

6.4.7. Pelatihan itu penting

Jadikan pembelajaran berkelanjutan sebagai bagian dari budaya; menekankan dan berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan profesional.

Setiap organisasi penjualan yang sukses harus memiliki irama pelatihan reguler yang secara konsisten mengembangkan dasar-dasar pengetahuan produk, kecerdasan kompetitif, pencarian calon pelanggan, manajemen peluang, perencanaan wilayah, dan komunikasi profesional.

6.4.8. Gunakan rasio volume-versus-nilai

Orang dengan value tertinggi Anda (paling mahal) harus menghabiskan waktu untuk aktivitas dengan volume terendah (tetapi paling penting) – seperti membangun hubungan, mengamankan referensi, dan kemitraan.

Orang-orang Anda yang bernilai lebih rendah harus fokus pada aktivitas volume yang lebih tinggi, seperti mengubah prospek menjadi prospek. Ini juga berlaku untuk prospek. Kejar prospek yang lebih sedikit, tetapi lebih baik.

6.4.9. Tidak ada solusi yang cocok untuk semua

Anda memiliki banyak kepribadian berbeda yang bekerja untuk Anda. Peran Anda adalah salah satu mentor dan enabler. Anda ingin melindungi tim Anda dari politik internal atau perilaku penjualan yang buruk, memudahkan mereka untuk fokus pada pekerjaan yang ada dan menjadi lebih sukses.

Orang yang berbeda perlu dikelola secara berbeda – cari tahu apa yang memotivasi mereka masing-masing dan gunakan hal tersebut untuk mengembangkan tenaga penjualan yang lebih baik secara keseluruhan.

6.4.10. Spesialisasikan lebih awal untuk menumbuhkan penjualan

Jangan perlakukan semua tenaga penjualan Anda sama. Kelompokkan mereka berdasarkan preferensi dan kekuatan mereka – apakah mereka lebih suka mengejar bisnis besar atau mereka membangun hubungan yang lebih baik dengan bisnis kecil?

Apakah mereka memahami sektor tertentu lebih baik daripada yang lain? Segmentasikan prospek Anda dan segmentasikan tim penjualan Anda untuk mengatasinya, terutama saat Anda tumbuh.

6.4.11. Merancang organisasi yang transparan

Transparansi berarti bahwa rekan kerja Anda, manajer, semua orang, harus tahu bagaimana kinerja Anda. Organisasi penjualan terbaik harus mengetahui tujuan setiap anggota tim dan kemajuan mereka dalam mencapainya.

Misalnya, jumlah panggilan yang dilakukan setiap hari, jumlah waktu yang dihabiskan di telepon, seperti apa saluran setiap orang – ini harus tersedia untuk dilihat semua orang. Etos kerja Anda harus dipajang.

6.5. Kesimpulan

Itulah pembahasan lengkap tentang manajemen penjualan dan cara membuat proses penjualan Anda menjadi lebih efektif. Keberhasilan tim penjualan sangat menentukan kinerja keseluruhan perusahaan Anda karena orang-orang ini menghasilkan pendapatan.

Perhatikan bahwa strategi dan teknik yang digunakan cukup relevan untuk mencapai tujuan bisnis. Jangan lupa untuk mencatat seluruh penjualan yang terjadi untuk memastikan keuntungan bisnis Anda secara keseluruhan dan mengambil keputusan yang lebih baik.

Hindari pencatatan manual seperti menggunakan buku dan pulpen, beralihlah ke solusi yang lebih mudah dan praktis menggunakan software akuntansi.

BAB VII

MANAJEMEN KAS

Menurut Martini (2012;180) “kas adalah aset keuangan yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Kas merupakan aset yang paling liquid karena dapat digunakan untuk membayar kewajiban perusahaan. Kas merupakan alat pembayaran yang siap dan bebas dipergunakan untuk membiayai kegiatan entitas”.

Sedangkan menurut Skousen (2007) “kas adalah asset lancar yang terdiri dari uang logam, uang kertas, dan unsur-unsur lain yang (1) berfungsi sebagai alat pertukaran dan (2) memberikan dasar untuk perhitungan akuntansi.

Akun kas adalah suatu akun yang berfungsi untuk mencatat perubahan uang baik itu dalam penerimaan uang maupun pengeluaran kas. Sebagaimana halnya dengan hidup kita sehari-hari adalah tidak praktis bagi perusahaan untuk menarik atau menggunakan cek untuk membayar pengeluaran kecil seperti prangko. Namun pengeluaran kecil sering terjadi sehingga totalnya juga cukup besar. Karena itu semacam itu perlu dikendalikan. Untuk itu dibentuk dana kas khusus, yang disebut dana kas kecil (petty cash fund).

Menurut Subroto (2009) “dana kas kecil adalah sejumlah dana yang dibentuk untuk membayar pengeluaran-pengeluaran yang jumlahnya kecil atau mendadak”. Dana kas kecil dibentuk dengan terlebih dahulu memperkirakan jumlah kas yang diperlukan perusahaan dari pendanaan semacam itu untuk periode tertentu, seperti satu minggu atau satu bulan. Dana kas kecil biasanya di isi kembali dalam jangka waktu tertentu atau bila dana tersebut telah habis atau mencapai jumlah minimum.

Keberadaan kas dalam entitas sangat penting karena tanpa kas, aktivitas operasi perusahaan tidak dapat berjalan. Entitas tidak dapat membayar gaji, memenuhi utang yang jatuh tempo dan kewajiban lainnya. Entitas harus menjaga jumlah kas agar sesuai dengan kebutuhannya. Jika jumlah kas kurang maka kegiatan operasionalnya terganggu.

Muslich, (2006;105) menyatakan bahwa ada tiga motif untuk memiliki kas yaitu:

- a. Motif transaksi

Motif transaksi berarti perusahaan menyediakan kas untuk membayar berbagai transaksi bisnisnya. Baik transaksi yang regular maupun yang tidak regular.

b. Motif berjaga-jaga

Motif berjaga-jaga dimaksudkan untuk mempertahankan saldo kas guna memenuhi permintaan kas yang sifatnya tidak terduga. Seandainya semua pengeluaran dan pemasukan kas bias diprediksi dengan sangat akurat, maka saldo kas yang dimaksud untuk berjaga-jaga akan sangat rendah. Selain akurasi prediksi kas, apabila perusahaan mempunyai akses kuat ke sumber dana eksternal, saldo kas ini juga akan rendah. Motif berjaga-jaga ini nampak dalam penentuan kebijakan saldo kas minimal dalam penyusunan anggaran kas.

c. Motif spekulatif

Motif spekulatif dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menginvestasikan kas dalam bentuk investasi yang sangat likuid. Biasanya jenis investasi yang dipilih adalah investasi pada sekuritas. Apabila tingkat bunga diperkirakan turun, maka perusahaan akan merubah kas yang dimiliki menjadi saham, dengan harapan saham akan naik apabila memang semua pemodal berpendapat bahwa suku bunga akan (dan mungkin telah) turun.

7.1. Apa itu Manajemen Kas?

Menurut Kasmir (2010) “Manajemen kas adalah suatu sistem pengelolaan perusahaan yang mengatur arus kas untuk mempertahankan likuiditas perusahaan serta memanfaatkan ide cash dan perencanaan kas. Manajer keuangan harus mampu untuk mengelola uang yang masuk ke perusahaan dan uang yang dikeluarkan”.

Sedangkan Menurut Skousen (2009;430) “manajemen kas merupakan suatu sistem pengelolaan kas dalam menyimpan kas yang cukup untuk operasi dan untuk membayar kewajiban yang telah jatuh tempo. Kelebihan kas harus yang diinvestasikan sementara untuk mendapatkan pengembalian tambahan bagi para pemegang saham. Manajemen kas yang efektif juga mensyaratkan pengendalian untuk melindungi kas dari kerugian karena pencurian atau penipuan”.

Dalam praktiknya, selama perusahaan beroperasi terdapat 2 macam aliran kas yaitu aliran kas masuk (cash in flow) dan aliran kas keluar (cash out flow) menurut kasmir (2010);

1. aliran kas masuk merupakan uang kas yang masuk ke perusahaan penerimaan uang. misalnya perolehan pendapatan baik berupa hasil penjualan atau laba perusahaan. Uang kas masuk dapat pula diperoleh dari bunga yang diperoleh dari hasil investasi tau pendapatan diluar usaha serta dapat pula diperoleh dari pinjaman pihak lain ataupun dana dan hibah.
2. aliran kas keluar merupakan uang yang dikeluarkan perusahaan untuk membiayai operasi perusahaan seperti untuk membeli bahan baku, membayar gaji, upah, pajak, atau biaya operasional lainnya. Uang keluar dapat berupa sejumlah uang yang digunakan untuk melakukan investasi baik dan berkaitan dan dengan bidang usaha maupun tidak.

Manajemen arus kas adalah serangkaian praktik dan strategi untuk membantu Anda melacak, menganalisis, dan meningkatkan keuangan bisnis Anda.

Tujuan dari manajemen arus kas adalah untuk membawa Anda ke “hijau”, juga dikenal sebagai arus kas positif, di mana Anda memiliki lebih banyak uang masuk daripada keluar.

Dalam perdagangan dan industri, *cash is king*. Mengelola keuangan Anda dengan baik adalah penting jika Anda ingin mempertahankan bisnis Anda, tetapi bahkan lebih penting jika Anda memiliki rencana untuk mengembangkan dan memperluas merek Anda.

Plus, ini dapat membantu Anda memprediksi dan merencanakan kekurangan dan kelebihan uang tunai.

Manajemen keuangan yang sukses melibatkan keseimbangan tiga elemen: piutang (apa yang Anda berutang oleh pelanggan), hutang (apa yang Anda berutang kepada pemasok) dan kekurangan (jumlah uang yang Anda miliki melebihi dana yang tersedia).

Sangat penting bahwa satu elemen tidak menyalip yang lain. Jika klien Anda berutang terlalu banyak, maka Anda tidak akan memiliki cukup uang masuk.

Berutang terlalu banyak kepada pemasok Anda berarti Anda akan memiliki terlalu banyak uang untuk keluar. Kedua skenario menghasilkan hal yang sama: arus kas negatif.

7.1.1. Mengapa manajemen kas penting?

Manajemen kas penting karena dampak arus kas pada suatu organisasi. Arus kas adalah bagian utama dari stabilitas keuangan keseluruhan organisasi, sehingga mengelola arus kas membantu menjaga kestabilan organisasi.

Mengelola arus kas secara efektif juga dapat membantu organisasi membuat keputusan keuangan.

7.2. Apa yang Ada Dalam Laporan Arus Kas?

Laporan arus kas adalah bagian utama dari proses manajemen arus kas. Pernyataan ini menggambarkan bagaimana kas masuk dan keluar dari suatu organisasi. Biasanya, laporan arus kas mencakup tiga bagian utama:

7.2.1. Pengoperasian

Bagian operasi dari laporan arus kas, yang disebut arus kas dari operasi (CFO), termasuk uang tunai yang dihasilkan organisasi melalui aktivitas operasinya.

Misalnya, bisnis dapat menghasilkan uang melalui penjualan produk. Bagian ini juga dapat mencakup uang tunai yang dikeluarkan organisasi karena operasi normalnya.

Misalnya, sebuah organisasi mungkin menghabiskan uang tunai karena pembayaran gaji karyawan.

7.2.2. Pembiayaan

Bagian pembiayaan dari laporan arus kas, yang disebut arus kas dari aktivitas pendanaan (CFF), termasuk uang tunai yang terkait dengan investasi dalam bisnis.

Misalnya, anggota masyarakat dapat membeli saham dalam suatu bisnis. Bagian pernyataan ini menyoroti bagaimana uang tunai bergerak antara bisnis dan investornya, menunjukkan jumlah bersih pendanaan yang diperlukan untuk mengoperasikan organisasi.

7.2.3. Investasi

Bagian investasi dari laporan arus kas, yang disebut arus kas dari investasi (CFI), berhubungan dengan investasi organisasi.

Bagian ini juga dapat mencakup pembelian atau penjualan aset dan sekuritas.

Bagian ini dapat mencakup arus kas masuk dan keluar dari suatu organisasi karena aktivitas investasi, dan ini menunjukkan bagaimana keuangan organisasi berubah karena keuntungan dan kerugian investasi.

7.3. Perbedaan Manajemen Kas dan Manajemen Perbendaharaan

Meskipun manajemen kas dan manajemen perbendaharaan dapat digunakan secara bergantian, mereka adalah dua konsep yang berbeda.

Profesional keuangan yang mengelola arus kas biasanya fokus pada arus kas harian organisasi. Manajemen perbendaharaan, yang mencakup manajemen kas, memiliki cakupan yang lebih luas.

Ini dapat mencakup aktivitas investasi dan area lain dari keuangan perusahaan, sementara manajemen arus kas lebih berfokus pada pendanaan jangka pendek yang mengalir masuk dan keluar dari organisasi.

7.4. Masalah yang Biasanya Terjadi dengan Manajemen Kas

Sayangnya, banyak bisnis terlibat dalam manajemen kas yang buruk, dan ada beberapa alasan untuk masalah tersebut. Mari kita lihat beberapa di antaranya:

7.4.1. Pemahaman yang buruk tentang siklus arus kas

Manajemen bisnis harus memahami dengan jelas waktu arus masuk dan arus kas keluar dari entitas, seperti kapan harus membayar utang usaha dan membeli persediaan.

Selama pertumbuhan yang cepat, sebuah perusahaan dapat kehabisan uang karena pembelian persediaan yang berlebihan, namun tidak menerima pembayaran untuk itu.

7.4.2. Kurangnya pemahaman tentang keuntungan berbanding dengan kas

Sebuah perusahaan dapat menghasilkan keuntungan pada laporan laba rugi dan membakar uang tunai pada laporan arus kas.

Ketika sebuah perusahaan menghasilkan pendapatan, itu tidak berarti telah menerima pembayaran tunai untuk pendapatan itu.

Jadi, bisnis yang tumbuh sangat cepat yang membutuhkan banyak inventaris dapat menghasilkan banyak pendapatan tetapi tidak menerima arus kas positif darinya.

7.4.3. Kurangnya keterampilan manajemen kas

Sangat penting bagi manajer untuk memperoleh keterampilan yang diperlukan meskipun pemahaman tentang isu-isu yang disebutkan di atas.

Keterampilan tersebut meliputi kemampuan untuk mengoptimalkan dan mengelola modal kerja.

Ini dapat mencakup disiplin dan menempatkan kerangka kerja yang tepat untuk memastikan piutang dikumpulkan tepat waktu dan bahwa utang tidak dibayar lebih cepat dari yang dibutuhkan.

7.4.4. Investasi modal yang buruk

Sebuah perusahaan dapat mengalokasikan modal untuk proyek-proyek yang pada akhirnya tidak menghasilkan pengembalian investasi yang cukup atau arus kas yang cukup untuk membenarkan investasi.

Jika demikian halnya, investasi akan menjadi penguras bersih pada laporan arus kas, dan akhirnya, pada saldo kas perusahaan.

7.5. Tips Terbaik untuk Manajemen Arus Kas yang Efektif

Ada dua strategi utama yang meningkatkan arus kas Anda: meningkatkan jumlah uang masuk dan mengurangi jumlah uang keluar.

Beberapa pemilik bisnis, ketika mereka memiliki masalah keuangan, menggunakan kartu kredit atau membuka jalur kredit—dan Anda tidak perlu kami memberi tahu Anda betapa buruknya itu.

Berikut adalah cara lain yang bagus bagi usaha kecil untuk mempromosikan situasi keuangan yang lebih sehat.

7.5.1. Ketahui berapa banyak yang Anda butuhkan dalam bisnis mencapai BEP

Sebelum Anda dapat bekerja menuju arus kas positif, Anda perlu tahu berapa banyak yang Anda perlukan untuk mendapatkan titik impas atau break even point.

Jika Anda melewati titik impas, Anda melakukan sesuatu yang benar. Jika Anda gagal (secara konsisten), maka ada masalah yang perlu ditangani.

7.5.2. Miliki cadangan kas darurat

Dengan cara yang sama bahwa orang harus memiliki dana darurat, bisnis harus selalu memiliki cadangan kas darurat. Ini memberi Anda fleksibilitas dan keamanan selama krisis ekonomi.

Aturan praktis yang baik adalah memiliki cukup uang untuk menutupi setidaknya tiga hingga enam bulan pengeluaran.

7.5.3. Tetapkan garis waktu dan ketentuan pembayaran faktur

Sangat penting untuk menetapkan persyaratan pembayaran yang sangat jelas, secara tertulis, sebelum menerima klien atau pemasok baru.

Pastikan untuk mengatur kapan pembayaran untuk faktur diharapkan, apakah itu segera setelah faktur atau dalam 15, 30 atau 60 hari.

Untuk proyek-proyek yang sangat membutuhkan sumber daya, kami menyarankan Anda meminta setoran awal sehingga Anda memiliki uang tunai untuk menutupi pengeluaran yang diperlukan.

Kemudian, mintalah sisa pembayaran setelah mencapai milestone atau kiriman tertentu.

7.5.4. Dorong pelanggan melakukan pembayaran di awal

Dorong pelanggan Anda untuk membayar lebih awal—yang akan menguntungkan Anda secara finansial—dengan menawarkan penawaran atau diskon khusus jika mereka membayar lebih awal.

Dengan begitu bisnis Anda memiliki cadangan kas dan membuat komitmen yang mengikat pada klien dan pelanggan Anda.

7.5.5. Pastikan arus kas di atas laba bisnis

Kebanyakan orang berpikir bahwa rahasia sukses berwirausaha adalah untung, untung, untung. Tapi sebenarnya, ini semua tentang bagaimana Anda mengelola arus kas Anda.

Selalu periksa penghasilan Anda terhadap titik impas Anda. Jika Anda menghasilkan lebih dari itu namun uang masih terasa sempit, Anda mungkin memiliki masalah dengan hutang, piutang, atau kekurangan Anda.

7.5.6. Tugaskan seseorang untuk memantau arus kas Anda

Melacak arus kas Anda adalah bagian penting dari memiliki bisnis, tetapi itu seharusnya bukan satu-satunya hal yang Anda fokuskan.

Dapatkan karyawan tepercaya (atau akuntan Anda) untuk mengurus pemantauan arus kas untuk Anda—pastikan Anda selalu mengetahui angka-angkanya, terutama jika Anda melewati atau di bawah titik impas Anda.

7.5.7. Beralih dari cara manual atau Spreadsheet ke software akuntansi

Beberapa dekade yang lalu, Anda harus mencatat setiap transaksi secara manual untuk memantau arus kas Anda. Hari ini, Anda memiliki keunggulan teknologi, jadi gunakanlah!

Kelola manajemen kas dan proses akuntansi lebih mudah dengan menggunakan software akuntansi.

7.5.8. Dorong penjualan dengan insentif atau promosi

Promosi adalah cara yang bagus untuk meningkatkan penjualan dengan cepat dan efektif.

Anda dapat menjalankan kontes, memulai program loyalitas dan rujukan pelanggan, atau menghidupkan publisitas melalui posting media sosial yang strategis.

Anda juga dapat menggunakan insentif untuk mengontrol masuknya pekerjaan. Jika Anda mendapatkan lebih banyak pelanggan daripada yang dapat Anda tangani, Anda tidak perlu menolak pekerjaan—menawarkan diskon jika klien bersedia menunda pekerjaannya.

Ini tidak hanya membantu Anda menangani banyak proyek tanpa menguras sumber daya Anda, tetapi juga menjamin bahwa Anda akan memiliki aliran uang yang stabil dalam beberapa bulan mendatang.

Menghabiskan persediaan pada bisnis Anda benar-benar dapat membantu memulai arus kas yang sehat. Cobalah untuk menggunakan penjualan diskon dan promosi yang direncanakan untuk memindahkan produk secepat mungkin.

7.5.9. Tunda atau kurangi pengeluaran Anda

Sementara mendatangkan lebih banyak uang selalu merupakan strategi manajemen arus kas yang baik, mengurangi biaya dapat mencapai hasil yang serupa dengan cara yang berbeda.

Jika Anda memiliki pembayaran yang akan datang, lihat apakah Anda dapat bernegosiasi untuk perpanjangan.

Penundaan selama mungkin, tetapi bahkan hanya beberapa minggu atau bahkan sehari-hari dapat secara signifikan memengaruhi arus kas Anda.

Jika Anda tidak mampu membayar karyawan penuh waktu, pekerjakan pekerja paruh waktu untuk mengisi kekosongan staf Anda. Jika Anda memiliki peralatan yang tidak digunakan, kurangi biaya penyimpanan (dan bawa uang ekstra) dengan menyewa atau menyewakan peralatan.

Temukan cara lain untuk meningkatkan margin keuntungan Anda—pemasok yang lebih murah dan harga yang lebih tinggi adalah tempat yang baik untuk memulai.

7.5.10. Kosongkan persediaan Anda

Membersihkan inventaris Anda benar-benar dapat membantu memulai arus kas yang sehat.

Cobalah untuk menggunakan penjualan diskon dan promosi yang direncanakan untuk memindahkan produk secepat mungkin.

7.6. Kesimpulan

Itulah pembahasan mengenai manajemen arus kas yang berguna untuk bisnis Anda. Meluangkan waktu untuk mempelajari siklus arus kas juga bermanfaat.

Memperoleh pemahaman mendalam tentang siklus ini dapat membantu organisasi Anda membuat prediksi tentang arus kas di masa depan. Ini juga dapat membantu Anda membuat keputusan saat mengelola arus kas.

Hal penting lainnya yang harus Anda ingat adalah semua tips diatas mungkin tidak berlaku sama untuk setiap bisnis, jadi pilihlah salah satu yang paling masuk akal untuk merek atau bisnis Anda.

Dan jangan takut untuk menggabungkan beberapa pendekatan—apa pun yang diperlukan untuk mempercepat perputaran arus kas Anda.

Pastikan juga Anda menggunakan software akuntansi untuk proses pengelolaan pembukuan dan arus kas yang lebih baik.

BAB VIII

INVENTARIS

8.1. Pengertian Inventaris

Inventaris adalah jumlah produk yang dimiliki perusahaan yang tersedia untuk dibeli. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian inventaris adalah daftar keseluruhan barang milik institusi baik itu sekolah, kantor, perusahaan, ataupun pemerintah yang digunakan sebagai alat untuk kegiatan operasionalnya.

Sedangkan menurut Wikipedia, arti inventaris adalah sebuah kata yang diambil dari Bahasa Inggris yang berarti barang atau bahan milik suatu perusahaan dengan tujuan untuk diolah kembali menjadi produk lain yang nantinya akan dijual.

Sementara jika ditilik menurut para ahli, ada dua nama tokoh yang menjelaskan pengertian dari inventaris, yakni adalah:

1. Soemarsono SR.

Beliau menjelaskan, inventaris artinya merupakan keseluruhan barang yang dimanfaatkan kantor dan disertai dengan kondisi barang, jenisnya, harga juga jumlahnya.

2. Muhammad Ali

Menurut beliau inventaris adalah daftar atau catatan barang milik perusahaan yang dipakai untuk menjalankan kegiatan usahanya. Daftar atau catatan tersebut, isinya adalah seluruh peralatan maupun bahan yang tersedia dan dimanfaatkan untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan ataupun pengelolaannya.

Sementara menurut sisi IPTEK, inventaris kantor di dalam ilmu akuntansi ialah segala bentuk kegiatan maupun usaha untuk memperoleh data yang diperlukan mengenai persediaan barang yang dikelola ataupun dimilikinya.

Baik barang yang dibeli dengan anggaran belanja ataupun diperoleh secara hibah, untuk kemudian dicatat dengan sebagaimana mestinya.

Maka kesimpulan dari empat pengertian di atas adalah bahwa pengertian inventaris adalah daftar atau catatan sumber daya yang penting bagi perusahaan agar bisa beroperasi dan mengelola sumber daya tersebut.

Pencatatan atau inventarisasi harus dibuat dengan rapi, tujuannya adalah memudahkan pengecekan juga pengelolaan inventaris barang yang beragam dan berjumlah banyak. Hasil dari pencatatan tersebut juga akan dijadikan acuan data dalam menyusun laporan keuangan. Dimana data harus valid dan dapat dipertanggung jawabkan. Dengan demikian, operasional perusahaan akan dapat berjalan lancar sebagaimana mestinya.

Perusahaan akan lebih mudah melakukan evaluasi juga pengembangan berdasarkan data inventaris juga laporan keuangan.

Kumpulan barang ini pada akhirnya akan dijual kepada pelanggan untuk mendapatkan keuntungan. Hal ini membuat persediaan dilaporkan sebagai aset lancar di neraca perusahaan Anda.

Namun, perlu diingat bahwa menyimpan inventaris atau persediaan untuk waktu yang lama belum tentu merupakan hal yang baik.

Ini karena Anda dapat membayar biaya penyimpanan dan produk berpotensi menjadi usang. Berikut adalah beberapa contoh inventaris:

- a. Jumlah pakaian yang harus dijual perusahaan
- b. Hot dog yang siap dijual oleh stand hot dog
- c. Bahan baku yang dibutuhkan untuk membuat furnitur
- d. Cupcake yang belum selesai di toko roti
- e. Bahan-bahan yang dibutuhkan untuk membuat limun untuk stand limun

8.2. Jenis Inventaris

8.2.1. Inventaris bahan baku

Inventaris bahan baku mengacu pada barang yang digunakan untuk membuat produk atau persediaan perusahaan. Dengan kata lain, mereka adalah bahan yang dibutuhkan untuk memproduksi berbagai barang.

Bahan baku bisa apa saja dari kayu dan paku untuk membuat perabot atau tepung, telur dan mentega yang digunakan untuk membuat produk untuk toko roti.

Biaya bagian persediaan ini dilaporkan sebagai persediaan bahan baku di neraca perusahaan.

Bahan baku mengacu pada zat yang belum selesai atau sumber daya alam yang tidak dimurnikan yang digunakan untuk memproduksi barang jadi.

Bahan-bahan ini mengalami pemrosesan dan transformasi menjadi zat antara, selanjutnya digunakan untuk membuat produk akhir untuk dijual.

Contohnya termasuk kapas, minyak mentah, batu bara, biomassa mentah, blanko karet, bijih mineral, kayu, dll.

Kadang-kadang dikenal sebagai komoditas primer, bahan yang tidak diproses atau belum diproses ini merupakan komponen penting dari produksi primer.

Mungkin ada bahan langsung atau tidak langsung, tergantung pada penggunaannya dalam produksi produk akhir. Faktor produksi ini perdagangan di bursa komoditas. Mereka juga memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dari sebuah bangsa.

Bahan baku membentuk aspek penting dari manajemen persediaan untuk bisnis manufaktur. Oleh karena itu, melacak persediaan ini menjadi penting untuk menghindari masalah produksi.

Hampir semua yang diproduksi dan dijual berasal dari pemrosesan bahan mentah yang digali dari tanah. Misalnya, baja adalah komoditas mentah untuk industri otomotif.

Tersedia secara alami dalam berbagai bentuk, sumber daya ini bertindak sebagai input utama dalam produksi massal dari beberapa produk.

Di sisi lain, sampah yang dapat didaur ulang menjadi komoditas sekunder dalam pembuatan barang jadi. Banyak negara mengandalkan cadangan mineral mereka, yang berfungsi sebagai bahan mentah untuk negara lain. Selain itu, negara dengan sumber daya alam yang melimpah memiliki potensi untuk menjadi ekonomi mandiri.

Ekspor adalah cara ideal bagi negara-negara untuk menghasilkan pendapatan guna meningkatkan produksi dalam negeri mereka dan menciptakan lebih banyak lapangan kerja.

Namun, mengekspor bahan mentah atau yang belum jadi dapat merugikan perekonomian suatu negara.

Misalnya, importir memilih keluar dari perjanjian tersebut karena pajak ekspor dan pembatasan yang diberlakukan oleh eksportir, yang mempengaruhi pendapatan eksportir.

Dari pengertian dan pengertian yang dibahas di atas, jelaslah bahwa untuk menghasilkan suatu produk jadi membutuhkan bahan mentah, yang kemudian diolah dan dijadikan barang jadi.

Di sinilah manajemen persediaan berperan. Penting untuk menjaga persediaan bahan baku dalam jumlah yang tepat dan di tempat yang tepat untuk menghindari kecelakaan karena produk jadi yang Anda jual terbuat dari bahan-bahan tersebut.

8.2.1.1. Jenis Bahan Baku dalam Industri

Bahan-bahan ini dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, tergantung pada bagaimana mereka berasal:

- a. Berbasis Hewan: Agroindustri adalah pengguna paling umum dari komoditas ini. Tekstil, kulit, susu, dan industri lainnya, memproses zat seperti kulit, wol, sutra, dll., untuk menghasilkan produk jadi.
- b. Berbasis Tumbuhan: Ini adalah bahan yang berasal dari kehutanan dan pertanian. Kadang-kadang disebut sebagai sumber daya nabati yang tidak dimurnikan, kategori zat yang tidak diproses ini termasuk gula, selulosa, minyak goreng, jagung, kayu, gabus, kapas, dll.
- c. Berbasis Mineral: Bahan-bahan ini diperoleh melalui ekstraksi termasuk tanah liat, pasir, marmer, bijih besi, bensin, gas alam, batu bara, logam mulia, dll. Zat dari kategori ini digunakan dalam pengaturan industri atau ukiran barang perhiasan yang indah.

8.2.1.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bahan Baku

a. Perkiraan Penggunaan

Perkiraan jumlah bahan yang akan digunakan perusahaan untuk proses produksi pada periode berikutnya.

b. Harga

Dasar untuk mempersiapkan perhitungan bisnis harus disediakan untuk investasi dalam bahan baku ini.

c. Biaya Persediaan

Biaya yang dibutuhkan perusahaan untuk membeli seluruh bahan

d. Kebijakan Pengeluaran

Faktor penting dalam jumlah bahan yang dibayar oleh perusahaan.

e. Penggunaan Nyata

Penggunaan bahan sebenarnya sudah dari masa lalu dan itu menjadi faktor yang perlu mendapat perhatian.

f. Waktu Tunggu

Ini adalah tenggang waktu yang tepat, perusahaan juga dapat membeli bahan pada waktu yang tepat untuk meminimalkan risiko penumpukan atau kekurangan persediaan.

8.2.1.3. Jenis Industri Berdasarkan Bahan Baku

Setelah mengetahui apa saja jenis-jenis bahan baku, sekarang akan dijelaskan tentang jenis-jenis industri yang dapat diklasifikasikan berdasarkan bahan yang digunakan.

Setiap industri membutuhkan bahan yang berbeda-beda, tergantung apa yang akan dihasilkan dari proses industri tersebut. Berdasarkan bahan yang digunakan, industri dapat dibagi menjadi:

E. Industri Ekstraktif

Bahan baku diperoleh langsung dari alam. Misalnya industri hasil pertanian, perikanan, kehutanan, peternakan, dan pertambangan.

Semua industri yang bergerak di bidang dengan bahan utama dari hasil alam tergolong industri dengan bahan baku ekstraktif.

F. Industri Non Ekstraktif

Industri yang mengolah lebih lanjut hasil industri lainnya. Misalnya industri kayu lapis, pemintalan dan kain. Jenis industri ini memudahkan Anda untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti kebutuhan furniture, kebutuhan sandang hingga kendaraan.

G. Industri Fasilitatif

Kegiatan industri yang menjual jasa untuk kebutuhan orang lain. Misalnya perbankan, perdagangan, transportasi, ekspedisi dan asuransi.

Jika Anda memiliki rekening bank atau pernah mengirim barang menggunakan jasa ekspedisi atau membeli polis asuransi, ketiga industri tersebut merupakan industri dengan bahan baku jasa.

8.2.1.4. Akuntansi untuk Bahan Baku

Penganggaran dan akuntansi persediaan bahan baku pada neraca sangat penting untuk unit manufaktur.

Dalam neraca, label inventaris mencantumkan komoditas yang belum diproses sebagai aset lancar.

Sebuah entri dibuat di debit sisi akun inventaris saat mendokumentasikan sumber daya yang tidak dimurnikan. Di sisi lain, hutang dagang akun menunjukkan pembelian bahan-bahan ini sebagai kredit. Setelah selesainya produksi, persediaan barang jadi didebit sedangkan akun barang dalam proses dikredit. Juga, jika proses produksi pendek, bagian pekerjaan dalam proses dihilangkan.

Mengkategorikan bahan mentah atau bahan yang belum jadi menjadi langsung dan tidak langsung akan membuat proses akuntansi menjadi sederhana.

8.2.1.5. Rumus Perhitungan Bahan Baku

Sekarang, masuk ke beberapa formula penting yang digunakan untuk menghitung bahan baku.

Untuk mengetahui berapa banyak bahan baku yang digunakan dalam proses manufaktur, kita dapat menggunakan rumus di bawah ini:

Bahan baku awal + pembelian bahan baku – bahan baku akhir = Bahan baku yang digunakan

Contoh:

Nilai bahan awal – 12.000.000

Bahan yang dibeli senilai – \$ 5.000.000

Nilai bahan akhir – 9.000.000

Jadi mari kita hitung sesuai rumus di atas,

$$12.000.000 + 5.000.000 - 9.000.000 = 8.000.000$$

Dengan demikian, ketika kita menerapkan rumus tersebut maka hasilnya akan menjadi bahan baku senilai 8.000.000 yang digunakan dalam proses tersebut.

Semua nilai akhir persediaan, nilai awal persediaan, nilai pembelian bahan diambil dari neraca.

Rumus yang digunakan untuk mendapatkan closing stock bahan baku adalah sebagai berikut.

Nilai awal + Nilai pembelian – Bahan yang digunakan = Nilai akhir bahan

Mari kita pahami ini dengan bantuan sebuah contoh,

Misalkan Star Manufacturing Company memiliki

Nilai awal bahan yang mereka miliki senilai – 12.000.000

Bahan yang dibeli senilai – 5.000.000

Bahan yang digunakan senilai – 8.000.000

Oleh karena itu, sesuai dengan rumus,

$$12.000.000 + 5.000.000 - 8.000.000 = 9.000.000$$

Oleh karena itu, nilai akhir bahan baku perusahaan Star Manufacturing adalah senilai 9.000.000.

8.2.2. Inventaris work-in progress

Inventaris barang dalam proses atau work-in progress mengacu pada barang yang belum selesai atau sepenuhnya diproduksi.

Contoh jenis inventaris ini termasuk cokelat yang masih membutuhkan lapisan gula di pabrik cokelat, sepatu yang belum diwarnai, dan minyak esensial yang belum dikemas dalam botol oleh produsen kesehatan.

8.2.3. Inventaris barang jadi

Barang jadi mengacu pada produk yang siap dijual oleh perusahaan. Barang-barang ini telah menyelesaikan siklus produksi.

Barang jadi sebelumnya terdiri dari bahan mentah dan juga barang dalam proses.

Contoh persediaan barang jadi termasuk barang jadi yang dipanggang di toko roti, kaos yang sudah jadi oleh perancang pakaian dan rumah yang sudah selesai dibuat oleh pembuat rumah.

8.3. Pengertian Manajemen Inventaris

Inventaris adalah suatu daftar semua fasilitas yang ada di seluruh bagian, termasuk gedung dan isinya. Inventarisasi bertujuan untuk memberi tanda pengenal bagi semua fasilitas di industri.

Inventaris yang dibuat harus mengandung informasi yang jelas dan mudah dimengerti dengan cepat, sehingga dapat membantu kelancaran pekerjaan. Dengan demikian pekerjaan perawatan akan lebih mudah. Inventaris mempunyai manfaat sebagai pemanfaatan realistis dan sebesar-besarnya dari sebagai perlengkapan kantor dan demi lancarnya aktifitas kerja pegawai.

Berikut ini adalah pengertian yang berhubungan dengan inventaris:

1. Inventaris menurut Budiono (2005 : 207) merupakan daftar yang memuat semua barang milik kantor yang dipakai dalam melaksanakan tugas.
2. Inventarisasi barang merupakan kegiatan untuk melakukan pencatatan dan pendaftaran barang pada suatu saat tertentu

Manajemen inventaris atau persediaan adalah bagian dari manajemen rantai pasokan yang melibatkan pengawasan aliran barang dari produsen ke gudang ke titik penjualan.

Fungsi utama dari manajemen inventaris adalah menyimpan catatan rinci tentang produk baru dan produk yang dikembalikan saat mereka memasuki atau meninggalkan gudang atau tempat penjualan.

Proses manajemen inventaris bisa lebih kompleks dalam organisasi yang lebih besar, proses dasarnya sama: barang diterima ke gudang dan diletakkan di rak atau ke area persediaan, kemudian dipindahkan ke fasilitas produksi di mana barang tersebut dibuat menjadi barang jadi dan kemudian dikirim langsung ke pelanggan.

Di perusahaan yang lebih kecil, barang yang diterima dari produsen dapat langsung masuk ke area stok. Untuk distributor grosir, barangnya adalah produk jadi, bukan bahan mentah.

Proses manajemen inventaris memerlukan penggunaan berbagai jenis data untuk melacak barang, termasuk jumlah barang, harga pokok barang, nomor seri, nomor lot dan tanggal.

8.4. Jenis Manajemen Inventaris

Ada beberapa jenis manajemen inventaris yang digunakan untuk memastikan barang tersedia untuk memenuhi permintaan pelanggan.

Berikut adalah beberapa jenis metode dalam melakukan manajemen inventaris:

8.4.1. Stock review

Jenis manajemen inventaris ini biasanya sangat menarik bagi usaha kecil. Ini melibatkan analisis barang yang Anda miliki secara teratur versus apa yang Anda proyeksikan di masa depan.

Meskipun *stock review* otomatis dapat menentukan tingkat persediaan minimum, metode ini memang memerlukan inspeksi inventaris secara teratur dan barang harus dipesan ulang untuk memenuhi tingkat minimum yang diperlukan.

Meskipun metode ini efektif, metode ini juga menciptakan ruang untuk kesalahan manusia dan dapat memakan banyak tenaga.

8.4.2. Analisis ABC

Dengan jenis proses manajemen inventaris ini, Anda membagi inventaris Anda menjadi beberapa kelompok berdasarkan nilai dan signifikansi biaya produk.

Kategori A mewakili barang-barang yang bernilai tinggi dan kuantitas rendah, B mewakili barang-barang yang nilai dan kuantitasnya sedang dan C mewakili barang-barang yang bernilai rendah dan kuantitas tinggi.

Sistem manajemen inventaris kemudian mengelola masing-masing kategori yang berbeda ini secara terpisah.

Dengan metodologi analisis ABC, Anda perlu mengetahui produk mana yang paling laris sehingga Anda dapat memastikan bahwa Anda memiliki stok ekstra.

Salah satu keuntungan utama dari pendekatan ini adalah Anda mendapatkan kontrol yang lebih baik atas barang-barang Anda yang bernilai tinggi.

Meskipun demikian, ini juga dapat memerlukan sumber daya yang cukup besar untuk terus menganalisis tingkat kategori yang berbeda, terutama jika Anda memiliki gudang besar dengan jumlah barang yang tinggi.

8.4.3. Metodologi Just-in-time (JIT)

Dengan metodologi ini, produk tiba saat dipesan oleh pelanggan, yang memungkinkan permintaan pelanggan dipenuhi tanpa menyimpan jumlah produk dalam stok dan tersedia.

Pendekatan ini melibatkan meneliti pola pembelian, mengevaluasi faktor berbasis lokasi yang membantu Anda menentukan barang apa yang dibutuhkan selama waktu dan tempat tertentu, dan menganalisis permintaan musiman.

Risiko dengan jenis manajemen inventaris ini adalah Anda dapat salah membaca permintaan pasar atau mengalami tantangan dengan pemasok, yang mengakibatkan kehabisan stok.

8.4.4. Kuantitas pesanan ekonomis

Kuantitas pesanan ekonomis atau economic order quantity (EOQ), adalah formula untuk jumlah ideal persediaan yang perlu dibeli perusahaan dan mencakup serangkaian variabel seperti tingkat permintaan, total biaya produksi, dan faktor lainnya.

Tujuan dari rumus tersebut adalah untuk mengidentifikasi jumlah unit produk terbesar yang perlu dibeli untuk meminimalkan pembelian.

8.4.5. Jumlah pesanan minimum

Jenis manajemen inventaris ini berlaku khusus untuk pemasok dan mengacu pada jumlah stok terkecil yang ingin mereka jual.

Pengecer harus menjual untuk membeli jumlah pesanan minimum agar pemasok menyetujui penjualan.

8.4.6. Safety stock

Dengan metode manajemen persediaan ini, persediaan ekstra dipesan melebihi permintaan pengecer yang diharapkan.

Teknik ini digunakan untuk mencegah kehabisan stok yang disebabkan oleh perubahan permintaan konsumen yang tidak terduga.

8.4.7. Reorder point formula

Teknik manajemen inventaris ini didasarkan pada siklus pembelian dan penjualan perusahaan dan akan bervariasi sesuai dengan produknya.

Dengan rumus ini, titik pemesanan ulang biasanya lebih tinggi dari nomor persediaan pengaman, karena memungkinkan waktu tunggu tambahan untuk pemesanan ulang.

8.4.8. FIFO dan LIFO

FIFO adalah singkatan dari first in first out dan LIFO adalah singkatan dari last in first out.

Dengan FIFO, persediaan lama dijual terlebih dahulu untuk menjaga seluruh persediaan tetap segar dan baru. LIFO digunakan untuk mencegah persediaan kembali dan persediaan yang lebih baru dijual terlebih dahulu.

8.4.9. Pelacakan batch

Dengan jenis manajemen persediaan ini, perusahaan mengelompokkan dan memantau stok dengan sifat serupa.

Metode ini bermanfaat untuk melacak persediaan kadaluarsa atau melacak produk yang rusak kembali ke batch aslinya.

8.4.10. Pengiriman massal

Metode ini difokuskan pada pengurangan biaya pengiriman. Dengan ini, Anda membuat palet inventaris Anda untuk mengirimkan lebih banyak produk sekaligus.

8.4.11. Persediaan konsinyasi

Dengan jenis manajemen persediaan ini, vendor atau grosir setuju untuk memberikan kepada pengecer barang-barang mereka tanpa pembayaran di muka.

Vendor mempertahankan kepemilikan barang dan pengecer membayarnya saat mereka menjual.

8.4.12. Manajemen persediaan perpetual

Ini adalah jenis teknik manajemen inventaris yang paling dasar dan melibatkan penghitungan inventaris Anda segera setelah mencapai gudang Anda. P

Persediaan dicatat secara manual dalam spreadsheet atau menggunakan pena dan kertas.

8.4.13. Dropship

Dengan jenis manajemen persediaan ini, toko tidak menyimpan stok barang yang dijualnya.

Sebaliknya, ketika konsumen membeli produk, toko membeli barang tersebut dari pihak ketiga dan mengirimkannya langsung ke konsumen. Pengecer tidak pernah menangani produk secara langsung.

8.4.14. Cross-docking

Ini adalah metode manajemen inventaris di mana truk menurunkan barang langsung ke truk keluar.

Dengan menggunakan teknik ini, hanya ada sedikit atau bahkan tidak ada penyimpanan di antara pengiriman.

8.4.15. Six Sigma

Ini adalah metodologi yang berfokus pada peningkatan kinerja bisnis secara keseluruhan, meningkatkan profitabilitas mereka sekaligus mengurangi peningkatan kelebihan persediaan.

8.4.16. Lean Six Sigma

Metodologi ini menggunakan alat Six Sigma tetapi berfokus pada peningkatan aliran bisnis dan peningkatan standarisasi kata.

8.4.17. Demand forecasting

Dengan teknik ini, perusahaan meninjau data penjualan historis untuk menentukan perkiraan berapa permintaan pelanggan nantinya.

Dengan kata lain, perusahaan memperkirakan jumlah barang yang mereka harapkan akan dibeli oleh pelanggan dan kemudian menggunakan informasi ini untuk menentukan jumlah persediaan yang harus mereka pesan.

8.4.18. Lean manufacturing

Metodologi ini secara khusus berdampak pada praktik manajemen perusahaan.

Tujuan dari lean manufacturing adalah untuk menghilangkan pemborosan dan aktivitas yang tidak menambah nilai.

8.5. Mengapa Manajemen Inventaris Penting

Ketika manajemen inventaris terorganisir dengan baik, sisa proses manajemen rantai pasokan akan berjalan dengan lancar. Tanpa itu, perusahaan menghadapi risiko masalah seperti salah pengiriman, salah pilih, barang kehabisan stok, dan kelebihan stok. Ketika gudang tidak dikelola dengan baik, rak yang tidak teratur, daftar pengambilan kertas yang salah, atau gudang yang berantakan dapat menyebabkan kesalahan pengambilan.

Kesalahan pengiriman, pada gilirannya, adalah akibat dari kesalahan pengambilan pada awal proses. Ketika perusahaan menggunakan metode manual untuk menempatkan pesanan dan tidak memiliki pemahaman penuh tentang barang apa yang mereka miliki dalam persediaan, mereka tidak dapat memperkirakan persediaan yang mereka perlukan dengan tepat. Pada akhirnya, ini menghasilkan kehabisan stok dan kelebihan stok. Kesalahan ini berdampak pada profitabilitas organisasi, pemborosan uang, serta waktu karyawan untuk mengoreksi kesalahan. Dan karena kesalahan seperti ini berdampak buruk pada perusahaan, hal itu juga dapat menghasilkan ulasan negatif atau berdampak pada loyalitas pelanggan.

8.6. Apa itu SKU

SKU adalah *stock keeping unit* atau unit penyimpanan stok, dan merupakan nomor yang ditetapkan untuk suatu produk oleh toko untuk mengidentifikasi harga, produsen, dan pilihan produk. SKU biasanya dipecah menjadi klasifikasi dan kategori. Ini memungkinkan pengecer dengan mudah mengelompokkan produk untuk dianalisis. Pengecer online juga menggunakan SKU untuk membuat rekomendasi produk. Karena produk yang memiliki fitur serupa dapat dikelompokkan menggunakan SKU, pengecer dapat menyarankan produk serupa yang mungkin diminati pelanggan.

Sebuah toko mungkin mengategorikan produk berdasarkan jenis pelanggan—pria, wanita, atau anak-anak—gaya, warna, atau bahan. Pengecer kemudian dapat menggunakan SKU untuk membuat laporan terperinci yang melacak inventaris dan penjualan. Laporan ini juga dapat digunakan untuk menegosiasikan persyaratan yang lebih baik dengan vendor produk.

8.7. Tips Mengelola Manajemen Inventaris

Baik Anda bekerja untuk bisnis skala kecil atau besar, manajemen inventaris adalah komponen penting dari bisnis. Ini membantu untuk memantau atau menjaga jumlah barang yang disimpan di gudang untuk mencegah pencurian, menghitung fisik barang dan juga memastikan ada analisis keuntungan harian atau bulanan.

Berikut adalah cara membuat sistem manajemen inventaris yang efektif:

1. Pilih proses organisasi

Langkah pertama untuk memiliki sistem manajemen inventaris yang efektif adalah mengatur produk Anda yang ditujukan untuk manajemen inventaris. Proses organisasi yang efisien membantu menghitung dan menyimpan barang, memberikan wawasan tentang penjualan, dan membedakan produk lama dari yang baru. Anda dapat mengatur produk sesuai dengan preferensi Anda, seperti produsen atau tanggal produksi.

2. Tentukan sistem penyimpanan

Untuk memastikan proses organisasi yang efisien, tentukan sistem penyimpanan yang bekerja dengannya. Gudang atau ruang produk yang terorganisir dapat bergantung pada jenis inventaris yang ingin Anda simpan, apakah barang yang mudah rusak atau tidak mudah rusak.

Anda mungkin memerlukan ruang berpendingin atau yang terisolasi dengan baik untuk barang-barang seperti makanan atau elektronik.

3. Beri nomor produk Anda

Produk bernomor memungkinkan bisnis melacak produk dengan lebih mudah saat menghitung. Anda dapat menggunakan angka dengan warna atau huruf tergantung pada preferensi Anda.

Angka-angka membantu menghilangkan penjualan atau pembelian barang yang salah dan dapat membantu membatasi perbedaan.

4. Pilih software untuk mengelola inventaris dengan mudah

Menggunakan program perangkat lunak dapat mempermudah dan mempercepat akses dan pengelolaan inventaris.

5. Lakukan inventarisasi secara teratur

Lakukan inventarisasi harian, mingguan atau bulanan, tergantung pada jenis barang dan waktu yang tersedia untuk mempertahankan penghitungan yang akurat.

Penghitungan inventaris yang sering memungkinkan Anda menghitung jumlah produk yang terjual, kapan dan berapa banyak, serta produk mana yang mungkin perlu Anda jual lebih banyak dalam waktu dekat. Penghitungan inventaris yang tepat waktu juga dapat membantu mengekang pembusukan produk.

6. Evaluasi kinerja pemasok

Evaluasi pemasok produk Anda dan juga beri mereka umpan balik tentang apa yang menurut Anda dapat mereka tingkatkan dalam layanan atau produk mereka. Pemasok yang efisien siap memenuhi kebutuhan konsumen yang konstan dan dapat secara positif mempengaruhi pertumbuhan bisnis. emilik bisnis dan pemasok dapat bekerja sama untuk mendorong perluasan bisnis dan bagaimana memuaskan pelanggan mereka.

7. Pekerjakan karyawan untuk mengelola inventaris

Bisnis skala besar dengan banyak inventaris dapat meminta jasa personel manajemen inventaris yang membantu mengambil inventaris saat diperlukan dan juga mengelola pembelian dan pengembalian. Selain itu, bisnis skala kecil dapat mengadopsi penggunaan personel pengontrol inventaris untuk kelancaran manajemen bisnis.

Personil pengendalian persediaan mungkin spesialis atau karyawan bisnis. Melatih karyawan untuk mengambil alih tugas personel pengendalian persediaan mungkin merupakan pilihan yang lebih murah daripada mempekerjakan seorang ahli yang terlatih.

8. Buat prosedur kontrol kualitas

Kontrol kualitas dalam bisnis memastikan ketersediaan barang berkualitas bagi pelanggan. Apa pun jenis produk yang dijual, penting untuk melakukan pemeriksaan kualitas secara teratur.

Saat melakukan inventarisasi, karyawan dapat meluangkan waktu untuk mencari barang yang melewati tanggal kadaluarsa dan juga label yang rusak atau tidak sesuai. Pemeriksaan kualitas ini memastikan produk selalu berkualitas tinggi.

9. Kelola permintaan inventaris

Melalui pengelolaan permintaan persediaan, suatu perusahaan dapat membatasi pembelian barang-barang yang bersifat musiman agar tidak terjadi kelebihan biaya. Sebaliknya, perusahaan dapat lebih fokus pada produk yang menambah nilai dan pendapatan bagi bisnis.

Salah satu manfaat utama dari mengelola permintaan persediaan adalah perusahaan dapat memperkirakan permintaan pelanggan dan membuat rencana untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

8.8. Kesimpulan

Itulah penjelasan lengkap mengenai inventaris dan proses pengelolaannya dalam suatu bisnis. Mengelola inventaris adalah hal penting, terutama jika Anda adalah seorang pemilik bisnis yang mengharuskan bisnis Anda menyimpan stok seperti retail atau usaha dagang. Jika proses inventaris tidak efektif, maka keuntungan yang Anda dapatkan tidak akan maksimal karena stok yang hilang, stok yang disimpan terlalu lama atau kehabisan stok. Pembuatan laporan inventaris kantor sangat penting karena terkait dengan kemajuan usaha atau bisnis yang sedang kamu jalani. Dalam membuat sebuah inventaris barang, kamu harus mengalokasikan waktu khusus.

DAFTAR PUSTAKA

- A. F. Stoner James, dkk. (1996). *Manajemen*, Edisi Indonesia. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo.
- A. Gima Sugiana. (2013). *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*. Edisi Pertama, Bandung: Guardaya Intimarta.
- Abdullah, T dan Francis T. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Adisaputro, Gunawan dan Marwan Asri, (1981) *Anggaran Perusahaan (Business Budgeting): Prinsip, Mekanisme, dan Teknik Penyusunannya*, Yogyakarta,
- Adisaputro, Gunawan M.B.A Drs. dan Drs. Marwan Asri, M.B.A Edisi (2003/2004) buku 1 BPFE UGM.
- Adisaputro, Gunawan dan Yunita Anggraini, (2007). *Anggaran Bisnis*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Ahyari Agus, (2000), *Anggaran Perusahaan. Pendekatan Kuantitatif Buku II*, Yogyakarta: BPFE UGM.
- Anoraga, P. (2004). *Manajemen Bisnis*. Semarang: Rineka Cipta.
- Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta Bachtiar, H. 2003. *Manajemen Industri*. Bandung: Pustaka Ramadhan.
- Armstrong, Michael (1999). *A Handbook of Human Resources Management Practice*. Kogan Page Limited. London.
- Astuti, Dewi. (2004) *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta : Ghalia Indonesia,
- Aversano, Natalia and Catrina Ferrone. (2012). *The Accounting Problem of Heritage Assets Advanced Research in Scientific Areas*
- Basson, Wallandri (2016). *Risk Management Solutions Flow to Implement Quantitative Methods as Part of ISO 55000 for Physical Asset Management*. Stellen Bosch University, p.(1 - 170)
- Burhanuddin. (1994). *Analisis Administrasi Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Bradley, J.F.(1969), *Administrative Financial Management*, New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1969
- Carnegie, G., & Wolnizer, P. (1995). *The Financial Value Of Cultural, Heritage And Scientific Collections: An Accounting Fiction*. Australian Accounting Review, 31-47.
- Dale, Margaret A. (2003). *The Art of HRD, Developing Management Skills*. Meningkatkan Ketrampilan Manajemen. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Davis, R., (2012). *An Introduction to Asset Manaement: A Simple But Informative Introduction to the Management of Physical Assets*. Chester: EA Technology Ltd
- Dayal, R, P Zachariah, dan K Rajpal. (1996). *Accounting and Budegtory Management*. First Edition, India: K.M. Rai Mital
- Dessler, Gary. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Kesembilan. Jakarta: . PT. Indeks.
- Firmansyah, A., & Roosmawarni, A. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Buku, September, 15.
- Follet, Mary. P. (1997). *Defenition of Management* .
- Franklin, J. Plewa, Jr. (1995) *Understanding Cash Flo*, United State of America.
- George R, Terry. (2006). *Prinsip- Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Griffin, R. W. (2006). *Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, Riky W. (2013) *Perilaku Organisasi (Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi)*, E9
- Handoko, T. H. (1991). *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Hansen & Mowen, (2000). *Manajemen Biaya*, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- Harry George Guthmann, Herbert Edward Dougall (1955), *Corporate Financial Policy*, New Delhi: Prentice-Hall
- Helfert, Erich A, (2002) *Teknik Analisis Keuangan*. Alih bahasa : Herman Wibowo Jakarta : Erlangga.
- Heneman, H., Judge, T. and Kammeyer-Mueller, J., (2019). *Staffing Organizations*. 9th ed. Columbus Pangloss Industries Inc.

- Horne, James C. Van dan John M. Wachowicz, JR. (2005) Penerjemah: Dewi Fitriyani dan Denny Arnos Kwary. Prinsi-Prinsip Manajemen Keuangan. Edisi 12. Buku 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Hornrgren dan Harrison. (1993) *Accounting. Second Edition*. Pretince Hall Englewood Cliffs: New Jersey.
- Kasmir, J. (2003). Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: Predana Media Gruo.
- Kotler, Philip. (2000). Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. (2005). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Leibenstein, H. (1986). Entreprenurship and Development . The American Economic Review, Vol. LVI., June 1986
- Massie, Joseph L. (1979). *Essentials of Management*, New Delhi : Prentice-Hall of India
- M. Munandar Drs. ; Budgeting ; BPFE ; Yogyakarta
- Nafarin. M, (2007). Penganggaran Perusahaan, Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Supriyanto, Anggaran Perusahaan: Perencanaan dan Pengendalian Laba, P.103-109
- Sirait, T. Justin, Anggaran Sebagai Alat Bantu Bagi Manajemen
- Wheelen, Thomas L., Hunger, J. David. (2018). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability*, 15th Ed. (15th), Boston: Pearson
- .Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship, 5(1), 19-25. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.383>
- Fidela, A., Pratama, A., & Nursyamsiah, T. (2020). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan program pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang. Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM), 2(3), 493-498.
- Haeruman, H. (2000). Peningkatan daya saing UMKM untuk mendukung program pel. In Makalah Seminar Peningkatan Daya Saing, Graha Sucofindo. Jakarta. Kaukab, M. E. (2022). Memetakan Pola Penguatan Ekonomi untuk Masyarakat dalam Kemiskinan Ekstrim Pasca Pandemi di Kabupaten Wonosobo. Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah, 2(1), 1-9

- Anto, D. S. (2015). Peranan Laporan Keuangan Dalam Rangka Memberdayakan dan Mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 16(01).
- Gustina. (2008). Etika Bisnis Suatu Kajian Nilai dan Moral dalam Bisnis .*Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 137-146. Hery, H. (2014). Cara Mudah Membuat Pembukuan Sederhana. Grasindo.
- Khamimah, W. (2020). Pelatihan, Pendampingan Dan Monev Etika Bisnis Saat Pandemi Covid-19 Di Koperasi Toko Kelontong Rungkut Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ke 6 LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta*, November, 157–164
- Maulani, T. S., Dialysa, F., & Prawirasasra, K. P. (2016). Pelatihan Pembukuan keuangan sederhana dan motivasi kewirausahaan pada kelompok usaha makanan RW 02 Kelurahan Neglasari Kecamatan Cibeunying Kaler Bandung. *Jurnal Dharma Bhakti STIE Ekuitas*, 01(01).
- Wahid, N. N. (2017). Pengaruh kemampuan menyusun laporan keuangan dan motivasi terhadap kinerja ukm di kota tasikmalaya. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 53-68.
- Nitisusastro, M. (2010). *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. Alfabeta. Novitasari, E. (2019). *Buku Metode Mudah Menyusun Pembukuan Sederhana*. Quadrant.
- Prasetyo, P.E. 2008. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan dan Pengangguran. *Akmenika UPY*, 2(1), p1-13.
- Amanda Ayu Rizkia,Suci Rahmawati (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ANTI MONOPOLI DAN PERSAINGAN BISNIS TIDAK SEHAT : GLOBALISASI EKONOMI, PERSAINGAN USAHA, DAN PELAKU USAHA. (LITERATURE REVIEW ETIKA)
- Lila Bismala (2017). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah
- PERATURAN MENTERI DALAM NEGERI NOMOR 7 TAHUN 2006 TENTANG STANDARISASI SARANA DAN PRASARANA KERJA PEMERINTAHAN DAERAH
- Undang-Undang No. 17/2006 Tentang Perubahan UU No. 10/ 1995 Tentang Kepabeanan.