

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Strategi Pengusaha

##### 1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos* yang berarti jendral. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jendral”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.<sup>8</sup>

Strategi secara etimologi adalah cara atau keahlian dalam mengatur atau merencanakan, sedangkan secara terminologi merupakan ilmu merencanakan atau mengarahkan sesuatu.<sup>9</sup>

Strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan dalam perang dan damai. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana jendral dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang.

---

<sup>8</sup>Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta:GemaInsani,20018),153-157.

<sup>9</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer Petersalim, (Jakarta:Modern English Pers, 2002),1463.

Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi militer didasarkan pada pemahaman akan kekuatan dan penempatan posisi lawan, karakteristik medan lawan, karakteristik medan perang, kekuatan dan karakter sumber daya yang tersedia, sikap orang-orang yang menempati territorial tertentu, serta antisipasi terhadap setiap perubahan yang mungkin terjadi.<sup>10</sup>

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.<sup>11</sup>

Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi untuk mencapai tujuannya. Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit. Mengenai definisi strategi berikut ini akan disebutkan beberapa definisi :

Menurut Alfred Chandler strategi adalah penetapan sasaran dan arahan tindakan serta alokasi sumberdaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

---

<sup>10</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2017),3.

<sup>11</sup> *Ibid*,17

Menurut Kenneth Andrew strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan kebijakan serta rencana. Rencana penting untuk mencapai tujuan itu yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut dan jenis atau akan menjadi apa jenis organisasi tersebut.

Menurut Buzzel dan Gale strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan untuk manajemen, yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah.<sup>12</sup>

Menurut Michael Porter dalam artikelnya yang berjudul *Competitive Strategy* dalam *Harvard Business Riview* (2017), menyatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk mengantarkan nilai yang unik. Adapun ahli yang menegaskan strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan.<sup>13</sup>

Menurut Christensen, strategi adalah pola-pola berbagai tujuan serta kebijaksanaan dasar dan rencana-rencana untuk mencapai tujuan tersebut, dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas usaha apa yang sedang dan akan dilaksanakan oleh perusahaan, demikian juga sifat perusahaan baik sekarang maupun dimasa yang akan datang.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategi*, (Jakarta : Binarupa Aksara,2020) , 19.

<sup>13</sup> Rachmad, *Manajemen Strategi*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2018),2.

<sup>14</sup> Supriyono, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Bisnis*, (Yogyakarta,2020), 7.



Menurut Itami strategi adalah menentukan kerangka kerja dari aktivitas bisnis perusahaan dan memberikan pedoman untuk mengkoordinasikan aktivitas, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan dan mempengaruhi lingkungan yang selalu berubah.<sup>15</sup>

Dari berbagai pengertian para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu rencana tentang upaya yang akan dijalankan oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut yakni mendapatkan keuntungan serta menghadapi lingkungan bisnis yang selalu berubah.

## **2. Pengertian pengusaha**

Menurut Andrew J. Dubrin, pengusaha adalah orang yang mendirikan sebuah perusahaan dengan cara yang inovatif. Hal tersebut memberikan banyak keuntungan bagi orang banyak, khususnya orang-orang yang menjalankan perusahaan tersebut.

Menurut F. Hadipranata, peran pengusaha adalah mengambil sebuah keputusan dalam perusahaan yang akan memberikan keuntungan bagi banyak orang. Sosok tersebut juga menjadi inti dari sebuah pengusaha yang terlibat dalam perpengusahaan.

Menurut Jean Baptista Say, berpendapat bahwa pe,ngusaha adalah sesuatu yang dapat menjadikan peluang produksi yang inovatif dan akan menjadikan sebuah nilai keuntungan bagi wirausaha.

---

<sup>15</sup> Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (2017) ,1.

Menurut Thomas W Zimmerer menjelaskan bahwa pengusaha adalah peranan sebuah kreativitas sekaligus inovasi saat memecahkan sebuah masalah dan menjadikannya sebagai sebuah peluang besar. Seseorang pengusaha dapat memanfaatkan banyak peluang dan memberikan keuntungan untuk banyak orang yang terlibat di dalamnya.<sup>16</sup>

Dari berbagai pengetahuan para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pengusaha adalah seseorang, kelompok, atau lembaga yang melakukan kegiatan jual, beli atau menyewa produk barang atau jasa.

### 3. Pengertian Usaha

Usaha adalah kegiatan dengan mengarahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud, atau mencari keuntungan, berusaha merupakan bekerja giat untuk mencapai sesuatu.<sup>17</sup>

Usaha merupakan suatu aktivitas yang sepanjang waktu mempengaruhi kehidupan setiap orang. Usaha menghasilkan sebagian besar barang dan jasa yang dikonsumsi oleh setiap orang.<sup>18</sup>

Menurut Hughes dan Kapoor usaha ialah *Business is the organized efforts of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy society's needs*. Artinya, usaha atau bisnis adalah suatu kegiatan individu untuk melakukan sesuatu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan

---

<sup>16</sup> Marsha N. Safithri, *Pengusaha, Pengertian, Macam dan Contohnya*. (2022)

<sup>17</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 1254.

<sup>18</sup> Irma Nilasari dan Sri Wiludjeng, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2017), 2.

jasa guna untuk mendapatkan keuntungan dalam mengetahui kebutuhan masyarakat.<sup>19</sup> Usaha dalam islam dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).

Bekerja merupakan pondasi dasar dalam produksi, sekaligus berfungsi sebagai pintu rezeki. Menurut Ibnu Khaldun, bekerja merupakan unsur yang paling domain dalam proses produksi dan sebuah ukuran standar dalam sebuah nilai. Proses produksi akan sangat bergantung terhadap usaha atau kerja yang dilakukan oleh karyawan, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Menurut Muhammad Bin Al-Syaibani, seperti dikutip oleh Adiwarmanto Karim, kerja atau usaha merupakan unsur utama produksi mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam kehidupan, karena penunjang pelaksanaan Ibadah kepada Allah SWT, dan karenanya hukum bekerja adalah wajib.<sup>20</sup>

Al Qur'an dan Hadits sebagai sumber fundamental dalam Islam banyak sekali memberikan dorongan untuk bekerja atau berusaha sesuai QS. At-Taubah 105 :

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ. وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ يَتَّبِعُكُم بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

---

<sup>19</sup> Bukhari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung: Alfabeta,2020),89.

<sup>20</sup> Muh Said, *Pengantar Ekonomi Islam, Dasar-dasar Pengembangan*, (Pekanbaru:Suska Press, 2018), 61.



Artinya : dan Katakanlah: “*Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rosul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.*” (QS: At Taubah: 105).

Adapun jenis-jenis usaha dibedakan menjadi 3 yaitu : usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Pengertian masing-masing usaha adalah sebagai berikut :

- a. Usaha kecil adalah kegiatan usaha yang mempunyai modal awal yang kecil, kekayaan dan tenaga kerja yang sedikit.
- b. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh seorang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.
- c. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.<sup>21</sup>

#### **4. Macam-macam Strategi**

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan macam-macam strategi, yaitu : strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis.

---

<sup>21</sup> Mulyadi Nitisusanto, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Alfabeta, 2019), 268.

a. Strategi manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pembangunan strategi secara mikro. Misalnya, strategi pembangunan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan sebagainya.

b. Strategi investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada berinvestasi. Misalnya, apakah perusahaan ini melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan sebagainya.

c. Strategi bisnis

Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen. Misalnya, strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.<sup>22</sup>

## 5. Faktor-faktor Pendukung Strategi Usaha

Faktor pendukung adalah faktor yang mendukung, mengajak dan bersifat untuk ikut serta dalam dukungan suatu kegiatan. Dan disini terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

---

<sup>22</sup> Rangkuti, Analisis SWOT , *Tehnik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta, 2019),8.



a. Riset kompetitor

Faktor pertama adalah riset kompetitor. Sebelum memutuskan untuk membuka usaha, pastikan sudah mengenal calon kompetitor. Cari tahu apa kelebihan dan kelemahan mereka. Dari situ, nantinya bisa diketahui apa yang bisa anda tawarkan kepada calon pelanggan.

b. Perencanaan yang baik

Memulai sebuah usaha sendiri adalah hal yang besar. Hal-hal besar tentu harus direncanakan dengan matang. Sebelum melangkah lebih jauh, pastikan sudah menyusun rencana. Lebih detail, maka lebih baik. Bisa juga dengan menyusun rencana jangka pendek, menengah dan panjang. Jika kesulitan untuk menentukan rencana, bisa memulai dengan menentukan target. Misalnya, ingin mencapai keuntungan Rp200 juta dalam satu bulan penjualan. Dari situ, bisa diketahui apa saja yang harus dilakukan untuk mencapai target tersebut. bisa juga berangkat dari komponen perencanaan usaha seperti proyeksi keuangan dan gambaran operasional.

c. Inovasi yang terus dilakukan

Tanpa berinovasi, produk akan sulit bersaing. Hal ini akan membuka celah bagi pelanggan untuk berpaling kepada kompetitor. Inovasi bisa dilakukan dari berbagai pendekatan. Salah satu yang paling populer adalah dengan menambahkan varian baru. Cara lainnya adalah dengan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pelayanan. Misalnya, bisa menggunakan layanan pesan antar GoFood sebagai *delivery*.

d. Memanfaatkan peluang dengan baik

Peluang usaha ada di mana saja, tinggal bagaimana kita melihatnya. Jika jeli dan teliti, maka peluang bisa segera ditemukan. Faktor pendukung keberhasilan usaha yang satu ini juga bisa dicari dengan mempelajari permasalahan di sekitar. Lingkungan di sekitar sering mengalami masalah pencurian. Situasi ini bisa menjadi peluang untuk usaha yang berhubungan dengan keamanan. Misalnya, menawarkan CCTV atau sensor deteksi anti maling.

e. Strategi pemasaran yang mumpuni

Pemasaran adalah elemen penting dalam sebuah usaha. Tanpa pemasaran, mustahil barang diketahui masyarakat. Untuk itu, pastikan pelaku usaha untuk menyusun strategi pemasaran yang mumpuni.

Di zaman yang serba digital seperti sekarang, teknik pemasaran sangat beragam. Bahkan tersedia metode pemasaran murah dengan hasil berlimpah. Contoh paling sederhana adalah pengguna media sosial. Buatlah akun khusus bisnis, disitu pelaku pengusaha bisa menawarkan produk kepada para pengguna.

f. Berani ambil resiko

Dunia wirausaha sangat dinamis sehingga sulit untuk diprediksi. Oleh karenanya, para pengusaha seharusnya tidak pernah ragu untuk mengambil resiko. Walau begitu, bukan berarti hanya bermodal nekat. Dari setiap resiko yang dicoba, perhitungkan semua kemungkinannya. Timbanglah mana yang paling kecil potensi kerugiannya. Jika menimbulkan dampak negative, coba rencanakan cara mengatasinya.

g. Perencanaan keuangan yang matang

Keuangan adalah hal sensitive dalam menjalankan usaha. Pengusaha harus selalu berhati-hati dalam perkara uang. Pastikan pengusaha punya rencana keuangan yang matang. Jangan lupa juga untuk rajin membuat laporan keuangan yang memuat seluruh transaksi. Hal ini bisa dimulai dengan menggunakan perangkat kasir GoBiz PLUS yang dapat mencetak struk, menerima pembayaran nontunai, hingga terintegrasi dengan layanan Gojek lainnya, termasuk GoKasir, lewat GoKasir setiap transaksi akan tercatat otomatis sehingga mempermudah perencanaan keuangan pengusaha.<sup>23</sup>

## **6. Faktor-faktor Penghambat Strategi Usaha**

Setiap usaha selalu adapendukung dan juga penghambat dalam menerapkan usaha dan juga strategi yang sudah ada, pendukung dan juga penghambat itu akan mempengaruhi strategi usaha. Adapun beberapa faktor penghambat strategi antara lain :

### **a. Tidak cukup modal**

Yang membuat estimasi modal mungkin mendapatkan perusahaannya kekurangan modal. Ini menyebabkan perkembangan dan operasi perusahaan menghadapi berbagai kendala. Disamping itu kesalahan ini juga menyebabkan hubungan dengan vendor, konsumen dan karyawan tidak baik.

### **b. Pesaing**

Pengusaha atau bisnis tidak akan pernah terlepas dari unsur persaingan. Biasanya, tidak ada satu bisnispun yang dengan leluasa berleha-leha menikmati penjualan dan

---

<sup>23</sup> Tips Berbisnis, *Artikel* (2022)



keuntungan. Dalam dunia persaingan usaha dikenal dengan dinamika persaingan yang berarti perubahan-perubahan yang terjadi terhadap persaingan yang terjadi pada perusahaan dalam memperebutkan pelanggan pada periode-periode tertentu. Untuk itu setiap perusahaan perlu memperhatikan dinamika yang terjadi agar mereka bisa mengikuti persaingan supaya tidak mengalami kekalahan dalam kompetisi di pasar.<sup>24</sup>

c. Harga

Dalam berbagai usaha penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu kunci strategi akibat dari berbagai hal seperti deregulasi (aturan atau sistem yang mengatur), persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi dan peluang usaha bagi yang menepati pasar. Harga sangat mempengaruhi posisi kinerja keuangan dan juga mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek. Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan semua elemen lainnya hanya mewakili harga.

Harga adalah salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran tidak seperti sifat-sifat produk dan komitmen jalur distribusi. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada saat yang sama penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran.

Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal, sebaliknya bila yang

---

<sup>24</sup> M. Taufik, *Dinamika Pemasaran Jelajahi Dan Rasakan*, (Jakarta:Prentalindo,2017),434

diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal.

Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampak, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai pembeli. Bahkan para pembeli dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik penjual, apabila kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kewajiban pemerintah, maka penetapan harga yang tidak diinginkan oleh pembeli (dalam hal ini sebagian masyarakat) bisa mengakibatkan suatu reaksi penolakan oleh banyak orang atau sebagian kalangan, reaksi penolakan itu bisa diekspresikan dalam berbagai tindakan yang kadang-kadang mengarah pada tindakan narkis atau kekerasan yang melanggar norma hukum.<sup>25</sup>

## **B. Bahan Baku**

### **1. Pengetian Bahan Baku**

Menurut Hanggana, pengertian bahan baku adalah suatu yang digunakan untuk membuat produk jadi, bahannya pasti akan menempel pada produk jadi. Sedangkan menurut pendapat Mulyadi, mendefinisikan bahwa bahan baku adalah suatu bahan yang merupakan bagian integral dari produk akhir. Bahan baku yang diproses di perusahaan manufaktur dapat diperoleh melalui pembelian local, impor atau pemrosesan internal.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Philip Kotler, Garry Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta:Erlangga, 2017),439.

<sup>26</sup> Eenggar Paskhalis Lahu and Jacky S.B Sumarauw, " *Analisis Pengadilan Persediaan Bahan Baku Guna Meminimalkan Biaya Persediaan Pada Dunkin Donuts.* " (Manado,2017),68.

Menurut Rusdiana, bahan baku merupakan barang-barang yang diperoleh untuk digunakan dalam proses produksi, beberapa bahan baku diperoleh secara langsung dari sumber-sumber alam. Bahan baku juga dapat diperoleh dari perusahaan lain.

Menurut Assauri, persediaan bahan baku dibeli dalam keadaan belum diproses. Persediaan ini digunakan secara terpisah pasokannya dari proses produksi umumnya pendekatan yang lebih disukai adalah menghilangkan perbedaan dari pemasoknya dalam kualitas, kuantitas, atau waktu deliverinya sehingga tidak perlu dipisah-pisahkan.<sup>27</sup>

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan, bahwa bahan baku adalah bahan yang utama didalam melakukan proses produksi sampai menjadi barang jadi. Bahan baku meliputi semua barang dan bahan yang dimiliki perusahaan dan digunakan untuk proses produksi.

## 2. Jenis-jenis Bahan Baku

Bahan baku dalam industri terbagi menjadi dua jenis yaitu :

### a. Bahan baku langsung (*Direct Material*)

Bahan baku langsung atau direct material adalah semua bahan baku yang merupakan bagian dari pada barang jadi yang di hasilkan. Biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku langsung ini mempunyai hubungan yang erat dan sebanding dengan jumlah barang jadi yang dihasilkan.

### b. Bahan baku tidak langsung (*Indirect Material*)

---

<sup>27</sup> Kumalaningrum, *persediaan Bahan Baku* (Jakarta,2017);99.



Bahan baku tidak langsung adalah bahan yang penting untuk memfasilitasi proses produksi tetapi tidak terlibat secara langsung dalam proses akhir.<sup>28</sup>

Dalam setiap perencanaan atau pemelihan komponen bahan baku merupakan faktor utama yang harus diperhatikan. Karena sebelum merencanakan terlebih dahulu diperhatikan dan diketahui jenis dan sifat bahan yang akan digunakan, misalnya tahan terhadap kusut, tahan terhadap cuaca dan lain-lain.

Adapun tujuan pemilihan bahan baku, agar bahan yang digunakan untuk pembuatan produk dapat di tekan se-efisien mungkin didalam penggunaannya dan selalu berdasarkan pada dasar kekuatan dan sumber pengadaannya. Supaya bahan baku dapat memenuhi kriteria yang diharapkan, juga perlu diperhitungkan adanya beban yang terjadi pada bahan baku tersebut.

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam pemilihan bahan baku adalah sebagai berikut :

1. Efisien Bahan

Dengan memegang prinsip ekonomi dan berlandaskan pada perhitungan-perhitungan yang memadai, maka diharapkan biaya produksi pada tiap-tiap unit sekecil mungkin. Hal ini dimaksudkan agar hasil-hasil produksi dapat bersaing dipasaran terhadap produk-produk lain dengan spesifikasi yang sama.

2. Bahan Mudah Didapat

Dalam perencanaan suatu produk, apakah bahan yang digunakan mudah didapat atau tidak. Walaupun bahan yang direncanakan sudah cukup baik tetapi tidak didukung

---

<sup>28</sup> Skousen, *Jenis dan Golongan Bahan Baku*, (Yogyakarta,2017),13.

oleh persediaan dipasaran, maka perencanaan akan mengalami kesulitan atau masalah dikemudian hari karena hambatan bahan baku tersebut. untuk itu harus terlebih dahulu mengetahui apakah bahan yang akan digunakan itu mempunyai komponen pengganti tersedia dipasaran.

### 3. Spesifikasi Bahan yang Dipilih

Pada bagian ini penempatan bahan harus sesuai dengan fungsi dan kegunaannya sehingga tidak terjadi adanya beban yang berlebihan pada bahan yang tidak mampu menerima beban tersebut. Dengan demikian pada perencanaan bahan yang akan digunakan harus sesuai dengan fungsi yang berbeda antara bagian satu dengan bagian yang lain, dimana fungsi dari masing-masing bagian tersebut saling mempengaruhi antara bagian yang satu dengan bagian yang lainnya.

### 4. Kekuatan Bahan

Dalam hal ini untuk menentukan bahan yang akan digunakan haruslah mengetahui dasar kekuatan bahan serta sumber pengadaannya, mengingat pengecekan dan penyesuaian suatu produk kembali kepada kekuatan bahan yang akan digunakan.<sup>29</sup>

## 3. Faktor Yang Mempengaruhi Ketersediaan Bahan Baku

Bahan baku merupakan dasar dari barang yang akan diproses sedemikian rupa melalui proses produksi dan faktor bahan baku. Menurut Ahyari faktor-faktor yang mempengaruhi bahan baku tersebut adalah (faktor intern) :

### a. Perkiraan pemakaian

---

<sup>29</sup> Skousen, *Jenis dan Golongan Bahan baku (Yogyakarta,2017)*,17.

Merupakan perkiraan beberapa jumlah bahan baku yang akan digunakan oleh perusahaan untuk keperluan proses produksi yang akan datang.

b. Harga bahan baku

Merupakan salah satu faktor penentu dalam kebijaksanaan persediaan karena harga bahan baku merupakan dasar penyusunan perhitungan berapa besar dana yang disediakan untuk persediaan.

c. Biaya persediaan

Biaya-biaya penyelenggaraan bahan baku yang tersedia pada lokasi asal dari bahan baku yang dibutuhkan perusahaan.

d. Kebijakan pembelian

Kebijaksanaan pembelian perusahaan akan mempengaruhi seluruh kebijaksanaan perusahaan apakah dalam menyelenggarakan persediaan bahan baku mendapat prioritas utama dalam kebijaksanaan pembelian.

e. Pemakaian senyatanya

Pemakaian bahan baku senyatanya dari tahun ke tahun harus diperhatikan guna menyusun perkiraan kebutuhan bahan baku yang mendekati kenyataan.

f. Waktu tunggu (lead time)

Yaitu tenggang waktu yang ditentukan oleh perusahaan antar saat pemesanan bahan baku tersebut dilaksanakan dengan datangnya bahan baku yang dipesan sampai ke pabrik.



g. Pembelian bahan baku

Yaitu pembelian bahan baku yang ada dalam perusahaan yang merupakan kegiatan rutin dilakukan oleh perusahaan. Untuk pembelian bahan baku selanjutnya perusahaan akan mempertimbangkan panjang waktu tunggu yang diperlukan dalam pembelian bahan baku, sehingga perusahaan dapat mendatangkan bahan baku dalam waktu yang tepat.<sup>30</sup>

Menurut Reksohadiprodjo, yang menjadi faktor ekstern antara lain :

a. Sumber bahan baku yang tersedia

Yaitu jumlah bahan baku yang tersedia di lokasi sumber bahan baku, untuk memenuhi proses produksi jika persediaan datangnya bahan baku berikutnya terlambat.

b. Pengangkutan

Merupakan penghubung atau pembantu dalam mencapai pengolahan dan sumber ekonomi secara optimal. Beberapa hal yang erat hubungannya dengan masalah transportasi adalah :

1. Adanya muatan yang diangkut
2. Tersedianya kendaraan sebagai alat angkut
3. Sarana jalan untuk kendaraan

c. Penyimpanan dan penggudangan

---

<sup>30</sup> Nur Islami, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persediaan Bahan Baku Karet Pada P&P Bangkinang" (Bandung,2017),43.

Gudang merupakan suatu bangunan yang dipergunakan untuk menyimpan suatu barang dagangan, baik itu bahan baku setengah jadi maupun barang jadi yang fungsinya menjamin dan menjaga kelancaran operasi perusahaan dalam menerima, menyimpan serta mengeluarkan persediaan barang tersebut.

d. Cuaca

Keadaan cuaca atau iklim suatu daerah juga mempengaruhi pada persediaan bahan baku.<sup>31</sup>

Dari faktor-faktor diatas, hal yang sangat erat hubungannya dengan persediaan bahan baku adalah mengenai besar kecilnya penyediaan bahan baku itu sendiri. Besar kecilnya penyediaan bahan baku persediaan bahan baku relatif bagi setiap perusahaan.

**C. Strategi Pengusaha Dalam Menanggulangi Kenaikan Bahan Baku**

Adapun strategi yang dilakukan oleh pengusaha mengenai kenaikan bahan baku :

1. Manajemen produksi

Manajemen produksi dalam suatu perusahaan merupakan suatu kegiatan yang cukup penting bahkan didalam berbagai pembicaraan. Dikatakan bahwa produksi adalah dapurnya perusahaan tersebut. Apabila kegiatan produksi dalam suatu perusahaan tersebut akan ikut terhenti maka kegiatan dalam perusahaan tersebut akan ikut terhenti pula. Karena demikian pula seandainya terdapat berbagai macam hambatan yang mengakibatkan tersendatnya kegiatan produksi dalam suatu perusahaan tersebut. Maka kegiatan didalam perusahaan tersebut akan terganggu

---

<sup>31</sup> *Ibid*,89.

pula. Menurut Sofjan Assauri kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan dengan menggunakan atau mengkoordinasikan kegiatan- kegiatan orang lain.

## 2. Persediaan

Menurut Freddy Rangkuti persediaan merupakan suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode usaha tertentu, atau persediaan barang-barang yang masih dalam pengerjaan atau proses produksi, ataupun persediaan bahan baku yang menunggu penggunaannya dalam suatu proses produksi. adapun alasan diperlukannya persediaan oleh suatu perusahaan menurut Sofjan Assauri adalah sebagai berikut :

- a. Dibutuhkannya waktu untuk menyelesaikan operasi produk untuk memindahkan produk dari satu tingkat proses yang lain yang disebut persediaan dalam proses dan pemindahan
  - b. Alasan organisasi untuk memungkinkan suatu unit atau bagian membuat skedul operasinya secara bebas tidak tergantung dari yang lainnya.<sup>32</sup>
- ## 3. Peranan perencanaan dan pengendalian persediaan

Percencanaan dan pengendalian persediaan merupakan bagian dari manajemen persediaan.

Pengendalian adalah suatu tindakan agar aktifitas dilakukan dengan sebaik-baiknya sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Adapun tujuan perencanaan bahan baku :

- a. Agar jumlah persediaan bahan baku yang disediakan tidak terlalu sedikit juga tidak terlalu banyak artinya dalam jumlah yang cukup efisien dan efektif

---

<sup>32</sup> Freddy Rangkuti, *Persediaan bahan baku* (2019),17.



- b. Operasi perusahaan khususnya proses produksi dapat berjalan secara efisien dan efektif.
- c. Implikasi penyediaan bahan yang efisien demi untuk kelancaran proses produksi, berarti harus disediakan investasi sejumlah modal dalam jumlah yang memadai.

Untuk mengatur tingkat persediaan dalam jumlah, mutu dan waktu yang tepat, maka diperlukan pengendalian persediaan bahan baku yang efektif dan efisien.

#### 4. Cara-cara penentuan persediaan

Ada 2 sistem yang umum dikenal dalam menentukan jumlah persediaan pada akhir suatu periode yaitu :

1. *Periodic System* yaitu setiap akhir periode dilakukan perhitungan secara fisik dalam menentukan jumlah persediaan akhir.
2. *Perpetual* atau disebut juga *Book Inventories* yaitu dalam hal ini dibina catatan administrasi persediaan. Setiap mutasi dari persediaan sebagai akibat dari pembelian ataupun penjualan dicatat atau dilihat dalam kartu administrasi persediannya. Bila metode ini yang dipakai maka perhitungan secara fisik hanya dilakukan paling tidak setahun sekali yang biasanya dilakukan untuk keperluan *counter checking* antara jumlah persediaan menurut fisik dengan menurut catatan dalam kartu administrasi persediannya.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Umami Khairawati, *Analisis Pengendalian Persediaan Bahan baku Terhadap biaya Produksi Pada CV.Citra Makassar* (Makassar,2017),22.

Di atas merupakan strategi bagaimana cara menanggulangi kenaikan harga bahan baku yang dilakukan pengusaha, agar meskipun dalam kenaikan harga bahan baku pengusaha masih bisa menanggulangi dengan cara strategi-strategi di atas.

