

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Teori Umum

3.1.1 Teori Entrepreneurship

3.1.1.1 Pengertian Entrepreneurship

Istilah *entrepreneurship* berasal dari bahasa perancis “*entreprendre*” yang berarti “melakukan”. Dalam bahasa Inggris kata ini sering diartikan sebagai “in between taker” atau “go-between”, yang menggambarkan seseorang yang berperan di antara pengambil keputusan dan pelaku tindakan (Rama, 2022). Dengan demikian kewirausahaan dapat diartikan sebagai aktivitas melakukan sesuatu dengan memanfaatkan berbagai faktor produksi seperti lahan, tenaga kerja, modal untuk menciptakan peluang usaha baru, baik berupa (*profit*) maupun (*non-profit*) (Rama, 2022).

Menurut Isnaini N (2022), *entrepreneurship* merupakan sikap dan karakter seseorang yang memiliki kemauan untuk menciptakan peluang serta berani menghadapi setiap resiko yang ada demi mencapai kesuksesan melalui kemampuan berpikir kreatif dan inovatif, termasuk dalam memanfaatkan hal-hal yang bernilai. Sedangkan menurut Margahana H (2020), entrepreneurship didefinisikan sebagai bentuk inovasi dan kreatifitas dalam memanfaatkan kesempatan untuk melahirkan perubahan yang dapat menghasilkan nilai positif, baik bagi diri sendiri maupun lingkungan sekitar.

3.1.1.2 Pengertian *Entrepreneur*

Menurut Suryana (2020), *entrepreneur* adalah penerapan suatu proses dalam sebuah kreatifitas dan penemuan dan menemukan kesempatan dari problem yang dijalankan manusia dikehidupannya. Sedangkan menurut Drucker (2020), entrepreneur diartikan sebagai manusia yang dapat menggunakan kesempatan. Seorang ahli bernama Hisrich, juga berpendapat bahwa entrepreneur merupakan kepandaian menjalankan yang ada di dalam jiwa untuk digunakan serta

dimanfaatkan secara maksimal yang dapat digunakan untuk masa yang akan datang (Margahana, 2020). Berdasarkan pengertian yang disebutkan para asli, Margahana H (2020) dalam jurnalnya yang berjudul “Urgensi Pendidikan Entrepreneurship Dalam Membentuk Karakter Entrepreneur Mahasiswa”, menyimpulkan bahwa entrepreneur merupakan seseorang atau manusia yang menjalankan kegiatan entrepreneurship mempunyai bakat dalam mengelola suatu usaha yang dijalankan.

3.1.1.3 Tujuan Entrepreneurship

Menurut Syefrinando, B (2021), terdapat tiga tujuan entrepreneurship yang perlu diketahui, yaitu sebagai berikut:

1. Membuka dan Memperluas Lapangan Pekerjaan Baru untuk Orang Lain
Seorang entrepreneur dapat mengurangi jumlah pengangguran yang ada di Indonesia dengan membuka lapangan pekerjaan hasil dari kegiatan entrepreneurship. Oleh karena itu penting bagi orang tua atau guru untuk menanamkan pendidikan kewirausahaan pada anaknya.
2. Meningkatkan Kesejahteraan Hidup Masyarakat
Dengan banyaknya lapangan pekerjaan baru yang tersedia, maka jumlah pengangguran di Indonesia akan berkurang. Tidak dapat dipungkiri, jika angka pengangguran menurun kelak hidup masyarakat Indonesia akan semakin terjamin.
3. Meningkatkan Semangat Berwirausaha
Perkembangan teknologi yang semakin pesat memberikan kemudahan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Saat ini banyak anak remaja yang terinspirasi oleh idola mereka yang berpenampilan menarik, sukses di usianya yang masih muda dan berprestasi. Begitu juga dengan seorang entrepreneur, yang bisa menumbuhkan semangat orang lain dalam menciptakan sebuah inovasi baru dan mulai membangun usaha.

3.1.2 Teori Kepemimpinan

3.1.2.1 Pengertian Kepemimpinan

Kepemimpinan secara bahasa, mengandung arti kemampuan atau kualitas seorang pemimpin dalam mengarahkan sesuatu yang sedang dipimpinnya untuk mencapai suatu tujuan (Lestari, 2022). Dengan demikian, kepemimpinan dapat diartikan sebagai kekuatan yang bersifat aspiratif, semangat, dan moral yang kreatif, yang mampu mempengaruhi para anggota agar sikap dan kemauannya sejalan dengan visi pemimpin (Mahirun, 2021). Sedangkan menurut Rivai (2018), kepemimpinan merupakan proses mempengaruhi dan memberi teladan kepada para pengikutnya melalui komunikasi yang efektif guna mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks ini kepemimpinan berarti proses mengarahkan, membimbing, dan mempengaruhi pikiran, perasaan, serta perilaku orang lain agar bergerak menuju sasaran yang diinginkan (Lestari, 2022).

3.1.2.2 Gaya Kepemimpinan

Menurut Gattot dan Salusu (2024) terdapat empat gaya kepemimpinan yang dapat diterapkan oleh seorang pemimpin dalam mengelola organisasi, yang meliputi:

1. Gaya Direktif

Pemimpin yang direktif pada umumnya membuat keputusan-keputusan penting dan banyak terlibat dalam pelaksanaannya. Segala aktivitas berpusat pada pemimpin dengan ruang gerak terbatas bagi bawahan, sehingga gaya ini cenderung bersifat otoriter.

2. Gaya Konsultatif

Gaya konsultatif menunjukkan bahwa pemimpin kurang otoriter dan lebih banyak melakukan interaksi dengan para staf atau anggota dalam organisasi. Pemimpin berperan sebagai pembimbing, pemberi motivasi, dan penasihat dalam mencapai tujuan organisasi.

3. Gaya Partisipatif

Gaya partisipasi bisa berkembang ke arah saling percaya antara pimpinan dan bawahan. Pemimpin memberikan kepercayaan kepada staf untuk menyelesaikan tugasnya, tetapi membuka ruang konsultasi, dan mendorong kerja sama dalam proses pengambilan keputusan.

4. Gaya Delegasi

Gaya delegasi ini mendorong staf untuk mengambil inisiatif sendiri. Pemimpin memberikan kontrol yang minim, sehingga gaya ini efektif jika staf memiliki kompetensi dan rasa tanggung jawab tinggi terhadap pencapaian tujuan organisasi.

3.1.2.3 Fungsi Kepemimpinan

Menurut Simarmata kepemimpinan mempunyai fungsi, yaitu sebagai berikut:

1. Fungsi Perencanaan

Pemimpin bertugas menyusun rencana dan strategi yang tepat agar selaras dengan tujuan organisasi.

2. Fungsi Komunikator

Setiap pemimpin harus dapat berkomunikasi secara efektif, baik secara vertikal, horizontal maupun diagonal.

3. Fungsi Pemecah Masalah

Seorang pemimpin harus mampu mengenali gejala, mengidentifikasi permasalahan, serta mencari solusi yang tepat untuk mengatasinya.

4. Fungsi Pengawasan

Fungsi kepemimpinan yang dikendalikan dengan membangun hubungan yang luas dengan pemangku kepentingan, memperkuat jaringan kerja sama antar organisasi, memberikan dukungan kepada anggota, serta menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan teratur.

5. Fungsi Evaluasi

Mengevaluasi kinerja anggota kelompok, memutuskan gagasan/ide sebagai tindakan yang tepat untuk dilakukan dan memberikan nilai objektif sesuai aturan yang telah ditetapkan.

3.1.3 Teori Design Thinking

3.1.3.1 Pengertian *Design Thinking*

Design thinking adalah sebuah pendekatan yang berfokus pada manusia, yang memakai metode dan pemikiran dari dunia desain untuk memahami kebutuhan orang, menentang asumsi, merumuskan kembali permasalahan, menciptakan solusi, dan kemudian menguji ide-ide secara empati (Brown, 2018). Prosesnya tidak hanya untuk memecahkan masalah, tetapi juga menghasilkan inovasi yang benar-benar menjawab kebutuhan pengguna (Course-Net, 2024).

3.1.3.2 Tahapan Design Thinking

Secara umum metode design thinking terdiri dari lima tahapan utama, yang mencakup: *emphasize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (Djamaris, 2023).

- ***Emphasize***

Tahap pertama berfokus pada memahami sudut pandang, kebutuhan, dan tantangan pengguna melalui observasi dan interaksi langsung. Prinsip empati membantu perancang melihat masalah dari perspektif pengguna agar solusi yang dihasilkan benar-benar relevan.

- ***Define***

Setelah memahami pengguna, langkah berikutnya adalah merumuskan inti permasalahan secara jelas dan terarah. Tahap ini penting untuk memastikan tim berfokus pada akar masalah, bukan hanya gejala permukaan.

- ***Ideate***

Tahap ini mendorong munculnya berbagai gagasan kreatif tanpa batasan atau penilaian. Semua ide dianggap berharga karena dapat memicu munculnya solusi inovatif yang tidak terpikir sebelumnya.

- **Prototype**

Pada tahap ini, ide-ide yang telah dipilih diwujudkan menjadi bentuk sederhana seperti sketsa, model, atau simulasi. Prototipe berfungsi untuk menguji konsep dan memperoleh umpan balik awal dari pengguna.

- **Test**

Tahap terakhir melibatkan pengujian prototype kepada pengguna untuk mendapatkan masukan. Berdasarkan hasil uji, solusi dapat disempurnakan melalui proses iterative hingga memenuhi kebutuhan pengguna secara optimal.

3.1.3.3 Manfaat Design Thinking

Pendekatan design thinking memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan maupun organisasi, khususnya dalam menghadapi tantangan kompleks yang muncul selama proses pengembangan produk atau layanan. Melalui proses yang bersifat iterative, metode ini membantu tim untuk meninjau kembali akar permasalahan, menggali beragam ide, serta menciptakan solusi yang paling relevan dan selaras dengan kebutuhan pengguna (Course-Net, 2024).

3.2 Teori Khusus

3.2.1 Peran Strategis *Chief Financial Officer* dalam Pengelolaan Keuangan dan Pengambilan Keputusan Bisnis

3.2.1.1 Pengertian dan Tanggung Jawab *Chief Financial Officer* (CFO)

Menurut Usman (2024), *Chief Financial Officer* (CFO) merupakan eksekutif senior yang berperan dalam mengelola seluruh aspek keuangan organisasi, mulai dari perencanaan keuangan, penyusunan laporan keuangan, evaluasi risiko, hingga penyediaan informasi finansial yang akurat bagi manajemen.

Secara tradisional, CFO hanya berfokus pada pembukuan, pencatatan transaksi, pelaporan keuangan, dan kepatuhan terhadap regulasi. Namun, perkembangan lingkungan bisnis yang semakin kompleks serta tuntutan digitalisasi membuat peran CFO berkembang jauh lebih strategis dibandingkan sebelumnya. CFO kini berperan tidak hanya sebagai pengawas keuangan, melainkan juga sebagai pemimpin strategis yang terlibat aktif dalam proses pengambilan keputusan perusahaan, termasuk analisis risiko, penilaian investasi, dan pengelolaan keberlanjutan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa CFO tidak hanya menjadi penjaga stabilitas finansial, tetapi juga menjadi pendorong utama bagi pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan.

3.2.1.2 Relevansi Peran CFO terhadap Pengambilan Keputusan Strategis

Menurut Usman (2024), CFO masa kini memegang peran penting dalam menentukan arah strategis perusahaan karena memiliki akses langsung terhadap informasi keuangan dan analitik yang memengaruhi perencanaan jangka panjang. CFO tidak hanya menilai kesehatan keuangan, tetapi juga menilai risiko, proyeksi pendapatan, dan dampak finansial dari setiap keputusan strategis yang diambil Perusahaan. Melalui pemanfaatan teknologi, CFO dapat menghasilkan informasi yang lebih tepat waktu dan akurat, sehingga mendukung manajemen dalam merespons perubahan pasar secara cepat. CFO berperan sebagai mitra strategis yang membantu memastikan bahwa setiap keputusan bisnis selaras dengan tujuan pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan.

3.2.2 Harga Pokok Produksi

Menurut Haliza (2023), penetapan harga pokok produksi (HPP) merupakan proses fundamental dalam pengelolaan keuangan perusahaan karena HPP menjadi dasar bagi penetapan harga jual, perhitungan laba, dan pengendalian biaya. CFO sebagai eksekutif yang memimpin fungsi keuangan memiliki tanggung jawab strategis untuk memastikan bahwa seluruh komponen biaya produksi dihitung secara akurat dan konsisten. Dalam metode full costing, seluruh biaya yang terkait

dengan produksi mulai dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, hingga biaya overhead pabrik baik yang bersifat tetap maupun variable harus dimasukkan dalam perhitungan HPP agar informasi yang dihasilkan benar-benar mencerminkan kondisi biaya Perusahaan.

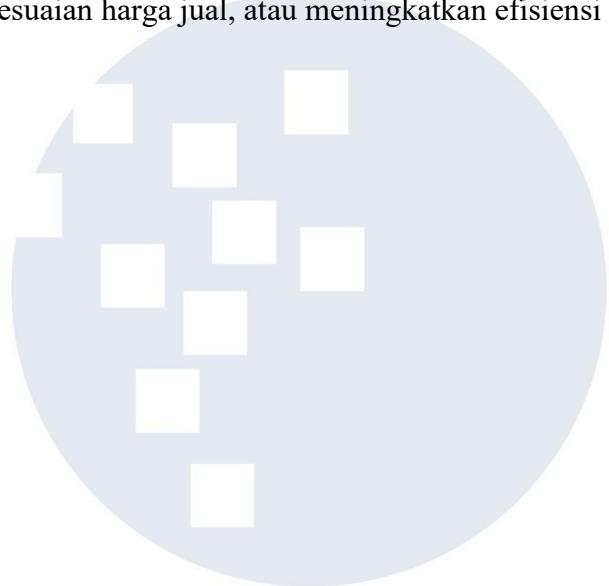
Kesalahan dalam perhitungan HPP dapat menyebabkan harga jual tidak akurat, yang berpotensi menurunkan laba atau mengurangi daya saing produk di pasar. Oleh karena itu, CFO berperan memastikan setiap komponen biaya tercatat secara rinci dan tidak ada biaya produksi yang terabaikan. CFO bertanggung jawab melakukan evaluasi terhadap struktur biaya dan memastikan bahwa biaya overhead dialokasikan secara tepat agar mencerminkan konsumsi sumber daya yang sebenarnya selama proses produksi.

3.2.3 Break Even Point (BEP)

Rusmiati (2022), menjelaskan bahwa analisis break even point (BEP) merupakan alat yang sangat penting bagi manajemen dalam menentukan jumlah penjualan minimum agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Dalam konteks ini, CFO memiliki tanggung jawab utama untuk menghitung dan menganalisis BEP secara berkala sebagai dasar dalam menetapkan strategi harga, mengendalikan biaya, dan merencanakan volume produksi. Untuk memperoleh perhitungan BEP yang akurat, CFO perlu terlebih dahulu memisahkan biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variable (*variable cost*), karena perubahan pada kedua komponen biaya tersebut akan berpengaruh langsung terhadap tingkat keuntungan dan posisi titik impas perusahaan. Biaya tetap bersifat tidak berubah meskipun terjadi fluktuasi volume produksi, sedangkan biaya variable akan meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah output.

Setelah struktur biaya dianalisis, perhitungan BEP dapat dilakukan baik dalam bentuk unit produk maupun rupiah penjualan. Kedua pendekatan tersebut memberikan gambaran yang jelas mengenai jumlah minimum produk yang harus terjual atau nilai pendapatan yang harus dicapai untuk menutup seluruh biaya

operasional. Pemahaman terhadap titik impas memungkinkan CFO untuk menilai batas aman penjualan (*margin of safety*) serta menentukan seberapa besar penurunan penjualan yang masih dapat ditoleransi sebelum perusahaan berpotensi mengalami kerugian. Selain itu, hasil perhitungan BEP membantu CFO dalam merumuskan strategi pertumbuhan, seperti mengoptimalkan kapasitas produksi, melakukan penyesuaian harga jual, atau meningkatkan efisiensi biaya operasional.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA