

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 (Alzet 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*) (Alzet 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, entrepreneur adalah penerapan suatu proses dalam sebuah kreatifitas dan penemuan dan menemukan kesempatan dari problem yang dijalankan manusia dikehidupannya. Sedangkan menurut Drucker, 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 *entrepneur* 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 supaya 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 supaya bergerak menuju sasaran yang diinginkan (Lestari, 2022).

3.1.2.2 Gaya Kepemimpinan

Menurut Gattot dan Salusu 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, tetap membuka ruang konsultasi, dan mendorong kerja sama dalam proses pengambilan keputusan.

1. 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 supaya 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

2. 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 keutuhan 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: *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (Djamaris, 2023).

- *Emphatize*

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 supaya 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 prototipe 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 Manajemen Operasional dan Rantai Pasok

Manajemen operasional mencakup keseluruhan aktivitas yang berkaitan dengan pengaturan, pengendalian, dan pengoptimalan proses bisnis dari pengadaan bahan baku, produksi, hingga distribusi produk kepada pelanggan. Dalam literatur, teori ini sering dikaitkan dengan supply chain management karena kedua konsep tersebut saling memengaruhi performa operasional Perusahaan. Sebagai contoh, artikel “On theory in operations management” oleh (Schemenner, 1998) menekankan bahwa pemikiran terstruktur dalam manajemen operasi memungkinkan tercapainya keunggulan kompetitif melalui desain proses yang tepat.

Sebagai COO Frooz, pemahaman terhadap teori manajemen operasional dan rantai pasok menjadi landasan untuk memastikan bahwa Frooz mampu memperoleh bahan baku buah asli secara andal, menerapkan proses produksi yang efisien, dan mendistribusikan produk tanpa mengorbankan mutu atau meningkatkan biaya secara signifikan. Sebagai COO, pastinya memastikan ketersediaan bahan baku buah segar dengan melakukan kerja sama rutin dengan pedagang buah di pasar lokal dan supplier pertanian. Setiap pembelian dilakukan pengecekan kualitas, seperti memastikan tingkat kematangan buah dan menghindari buah yang memar. COO juga menyusun SOP produk Frooz smoothies yang mencakup standar kebersihan, ukuran takaran buah, serta penggunaan metode penyimpanan dingin dan sistem FIFO (First In First Out). Pengaturan jadwal produksi harian dilakukan berdasarkan estimasi permintaan pelanggan sehingga meminimalkan food waste. Selain itu, COO melakukan negosiasi harga dengan supplier dan memilih kemasan yang lebih efisien untuk menjaga biaya produksi tetap rendah sehingga Frooz dapat mempertahankan harga terjangkau di kisaran Rp20.000–Rp25.000 tanpa menurunkan kualitas produk.

- **Pengadaan Bahan Baku (Sourcing & Procurement):** COO bertanggung jawab memastikan supply buah asli tersedia dengan kualitas dan kuantitas yang memadai, serta memperhitungkan waktu dan biaya transportasi/penyimpanan.

- **Proses Produksi (Production Process):** COO harus merancang alur kerja yang meminimalkan pemborosan (waste), menjaga konsistensi rasa/tekstur, dan memastikan output sesuai standar perusahaan.
- **Distribusi dan Logistik (Distribution & Logistics):** COO juga mengatur supaya produk sampai ke konsumen tepat waktu, dalam kondisi terbaik, dan dengan biaya yang terkendali, hal ini penting bila Frooz menargetkan harga terjangkau.
- **Pengendalian Kualitas dan Efisiensi Biaya (Quality Control & Cost Efficiency):** Kombinasi antara kualitas tinggi (buah asli) dan biaya rendah (supaya harga jual tetap kompetitif) menuntut pengendalian operasional yang baik dari COO.

3.2.2 Ketahanan Rantai Pasok dan Adaptabilitas Operasional

Ketahanan rantai pasok berkaitan dengan kemampuan organisasi untuk menghadapi gangguan dalam supply chain, seperti perubahan musim buah, kenaikan harga bahan baku, atau gangguan transportasi dan tetap mempertahankan performa operasional. Studi “Service operations: what’s next?” (Field, 2018) menunjukkan bahwa organisasi jasa yang Tangguh mempunyai proses adaptasi yang cepat terhadap perubahan lingkungan operasional.

Sebagai COO Frooz, perlu merancang system alternatif bahan baku, memperhitungkan diversifikasi supplier, serta menyiapkan rencana kontingensi supaya produksi smoothies tetap berjalan lancar meskipun ada perubahan pasar atau bahan baku. Implementasi ketahanan rantai pasok pada Frooz dilakukan dengan memiliki lebih dari satu sumber pemasok buah untuk mengantisipasi kelangkaan bahan baku atau fluktuasi harga musiman. COO juga menetapkan stok cadangan untuk buah-buahan yang paling sering digunakan seperti pisang dan mangga. Ketika terjadi kenaikan harga pada periode tertentu, COO melakukan penyesuaian strategi produk dengan menambahkan varian seasonal berbahan dasar pisang dan berry sebagai alternatif yang tetap sehat dan ekonomis. Adaptasi operasional ini

memastikan produksi tetap berjalan tanpa mengorbankan kualitas maupun harga bagi konsumen.

3.2.3 Inovasi Proses Operasional dan Teknologi Pendukung

Inovasi proses operasional mencakup perbaikan atau pembaruan metode kerja, penggunaan teknologi, otomatisasi, serta best practice yang dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas. Sebagai sebuah start-up smoothies, penggunaan sistem atau teknologi yang tepat dapat membantu Frooz untuk menjaga harga terjangkau sambil mempertahankan mutu bahan baku. Contohnya, studi “Enhancing operations management through smart sensors: measuring and improving well-being, interaction and performance of logistics workers” (Aloini, 2021) menyoroti bahwa penggunaan sensor dan teknologi pada logistik memengaruhi performa dan kesejahteraan pekerja, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja operasional. Dalam praktiknya, COO Frooz dapat mempertimbangkan teknologi pemantauan stok buah, sistem manajemen persediaan berbasis digital, atau analisis data untuk memprediksi permintaan supaya produksi tidak over atau under capacity.

