

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Teori Umum

3.1.1 Teori 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 ahli, 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 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.

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 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: *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).

3.1 Teori Khusus

3.2.1 Manajemen Produksi

Manajemen produksi merupakan sebuah disiplin yang mengatur dan mengkoordinasikan pemanfaatan seluruh sumber daya Perusahaan meliputi manusia, bahan baku, modal, dan peralatan secara efektif dan efisien untuk tujuan utama menciptakan atau meningkatkan nilai guna suatu produk maupun jasa. Secara esensial, manajemen dianggap sebagai "seni mencapai sasaran melalui upaya orang lain," sebuah peran penting yang menjamin kelangsungan hidup usaha, meningkatkan daya guna dan hasil guna potensi yang dimiliki, serta meminimalkan pemborosan sumber daya (Hasibuan, 2016; Handoko, 2003). Aktivitas produksi sendiri didefinisikan sebagai segala bentuk proses yang mengolah masukan (*input*) menjadi luaran (*output*) yang bernilai tambah, yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pasar. Oleh karena itu, tujuan fundamental dari manajemen produksi adalah memastikan bahwa produk dapat diserahkan sesuai dengan permintaan pelanggan dan jadwal yang ditetapkan, memiliki standar mutu yang memadai, dan dihasilkan dengan total biaya yang seoptimal mungkin.

Untuk mencapai tujuan tersebut, manajemen produksi mengaplikasikan empat fungsi manajerial inti. Pertama, fungsi Perencanaan (*Planning*) meliputi keputusan awal yang bersifat jangka panjang, seperti merumuskan tujuan, menetapkan strategi produk, memilih lokasi dan tata letak fasilitas, serta menentukan kapasitas produksi. Kedua, fungsi Pengorganisasian (*Organizing*) bertujuan membangun struktur internal, membagi tugas, serta mendefinisikan wewenang dan tanggung jawab di antara pelaksana. Ketiga, Penggerakan (*Actuating*) merupakan upaya memimpin dan memotivasi karyawan, baik melalui insentif moneter maupun nonmoneter, agar mereka melaksanakan rencana yang telah dibuat. Terakhir, fungsi Pengendalian (*Controlling*) bertanggung jawab mengukur dan memperbaiki setiap pelaksanaan kerja untuk memastikan bahwa proses produksi berjalan lancar, sesuai standar, dan mencapai tujuan tanpa penyimpangan. Secara keseluruhan, ruang lingkup manajemen produksi terbagi

dua: Perancangan Sistem (bersifat jangka panjang, seperti desain produk dan proses) dan Pengoperasian Sistem (meliputi pengendalian persediaan, perawatan mesin, dan pengendalian mutu). Fungsi ini dianggap vital karena sebagian besar aset dan sumber daya manusia utama perusahaan umumnya tertanam dan terpusat dalam departemen produksi.

3.2.2 Pengendalian Kualitas (*Quality Control*)

Pengendalian kualitas merupakan proses sistematis untuk memastikan bahwa produk atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan serta memenuhi kepuasan konsumen (Hartono, 2010). Menurut Gaspersz (2001), pengendalian kualitas dilakukan sebagai tindakan pencegahan sebelum terjadi kerusakan dengan melaksanakan aktivitas secara benar sejak awal proses produksi.

Proses ini meliputi pengawasan terhadap bahan baku, proses produksi, hingga produk akhir agar mutu yang dihasilkan tetap konsisten (Assauri, 1999). Tujuan utama pengendalian kualitas adalah memastikan produk memenuhi standar yang ditetapkan, meminimalkan biaya produksi, serta menjaga efisiensi dan kepuasan pelanggan (Nur, 2012).

Selain itu, pengendalian kualitas juga mencakup upaya perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*) untuk meningkatkan mutu secara terus-menerus melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan standarisasi (Gaspersz, 2008).

3.2.3 Teori Penelitian dan Pengembangan (*Research and Development*)

Penelitian dan Pengembangan (*Research and Development*) merupakan aktivitas yang menggabungkan proses penelitian dengan aktivitas pengembangan produk secara sistematis. Menurut Sugiyono (2009), *Research and Development* diawali dengan kegiatan riset untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna, kemudian dilanjutkan dengan proses pengembangan untuk merancang, menguji,

dan menilai efektivitas suatu produk sebelum produk tersebut digunakan secara luas. Dengan demikian, *R&D* tidak hanya bertujuan memperoleh data, tetapi juga menghasilkan produk yang teruji melalui proses validasi dan evaluasi berkelanjutan. Menurut Mulyatiningsih (2012) proses *Research and Development* dirancang untuk menghasilkan produk baru maupun penyempurnaan produk yang sudah ada melalui serangkaian tahapan sistematis. Proses tersebut mencakup perancangan awal, revisi berdasarkan temuan uji coba, serta penyempurnaan hingga produk dinilai layak digunakan.

Gall, Gall, dan Borg (2003) menjelaskan bahwa *R&D* mencakup serangkaian langkah berurutan, mulai dari identifikasi masalah, pengumpulan informasi awal, perancangan produk, uji coba terbatas, revisi, hingga implementasi. Setiap tahap dirancang untuk memastikan bahwa produk yang dikembangkan benar-benar efektif dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Proses ini memungkinkan peneliti melakukan evaluasi dan perbaikan berkelanjutan hingga produk mencapai kualitas optimal.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Research and Development* (*RnD*) merupakan proses penelitian yang bertujuan menghasilkan produk yang fungsional, valid, dan efektif melalui tahapan analisis kebutuhan, perancangan, pengembangan, uji coba, serta revisi secara berkelanjutan. Proses *RnD* tidak hanya menghasilkan produk yang dapat diuji, tetapi juga memastikan bahwa produk yang dikembangkan benar-benar dapat digunakan secara nyata oleh sasaran pengguna.

3.2.4 Teori *First In First Out* (FIFO)

Metode FIFO (*First In First Out*) merupakan salah satu metode penilaian persediaan yang mengasumsikan bahwa barang yang pertama kali dibeli atau diperoleh akan menjadi barang yang pertama kali dijual atau dikeluarkan. (Jusuf, 2005). Metode FIFO sering kali mencerminkan aliran fisik barang yang sesungguhnya, terutama pada perusahaan yang menerapkan manajemen persediaan

yang baik. Barang yang lebih lama biasanya harus dijual terlebih dahulu agar tidak mengalami penurunan kualitas atau risiko kedaluwarsa. Pada metode ini, penentuan nilai persediaan akhir dilakukan dengan menggunakan harga perolehan unit yang dibeli paling akhir, kemudian bergerak mundur hingga seluruh unit persediaan terpenuhi (Jusuf, 2005).

Sementara itu, Rudianto (2009) menjelaskan bahwa metode FIFO menekankan urutan “masuk pertama, keluar pertama” sebagai dasar penilaian persediaan. Barang yang pertama kali diterima perusahaan, baik melalui proses pembelian maupun produksi, akan menjadi barang yang pertama kali dijual. Konsekuensinya, barang yang masih tersisa pada akhir periode akuntansi adalah barang yang berasal dari pembelian atau produksi paling akhir. Hal ini membuat nilai persediaan akhir pada metode FIFO lebih mencerminkan biaya terkini, sehingga nilai persediaan akhir mencerminkan biaya yang terbaru (Rudianto, 2009).

