

MANAJEMEN BISNIS DAN IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT DALAM PRAKTEK BISNIS

Arif Ismunandar
STIS Darusy Syafa'ah Lampung Tengah
E-mail: arifismunandar86@gmail.com

Abstrak

Era pandemi *covid-19* yang melanda seluruh dunia terutama di negara indonesia tidak menimbulkan ancaman bagi masyarakat namun juga mampu memberikan peluang baru terutama dalam sektor bisnis. Teknologi informasi (IT) memberikan pengaruh yang besar dalam berkembang bisnis masa pandemi terutama pada sektor-sektor bisnis berbasis online. Melihat perkembangan bisnis yang pesat terutama dalam bisnis online dibutuhkan kejelian dalam pengelolaan bisnis yang terukur dan terencana yaitu dengan penerapan manajemen bisnis. Tulisan ini memaparkan tentang implementasi manajemen bisnis dan analisis SWOT dalam praktek bisnis. Pemaparan tulisan ini didasarkan pada analisis dari data pustaka dengan model deskriptif. Dari hasil pembahasan dapat diperoleh kesimpulan bahwa setiap kegiatan usaha maupun bisnis baik besar maupun kecil membutuhkan manajemen yang baik. Manajemen bisnis mampu sebagai acuan dan elemen dasar dalam usaha mencapai tujuan yang diinginkan.

Kata Kunci: implementasi, manajemen bisnis, analisis SWOT, bisnis

A. Latar Belakang

Berkembangnya aktivitas dalam bidang ekonomi, membuat kebutuhan masyarakat semakin beragam. Hal ini mengakibatkan pertumbuhan dan perkembangan bisnis bidang IT semakin menunjukkan grafik yang cukup signifikan.

Era pandemi *covid-19* yang melanda seluruh dunia terutama di negara indonesia tidak menimbulkan ancaman bagi masyarakat namun juga mampu memberikan peluang baru terutama dalam sektor bisnis. Teknologi informasi (IT)

memberikan pengaruh yang besar dalam berkembang bisnis masa pandemi terutama pada sektor-sektor bisnis berbasis online.

Menurut Prof. Gil H. Park Pengamat Kebijakan dan Komunikasi Strategis, beliau menyampaikan bahwa aktivitas perekonomian berbasis teknologi informasi atau daring (*online*) akan memainkan peranan yang lebih penting dalam kondisi pasca pandemi *covid-19*.¹

Ekonomi digital dinilai menjadi penopang perekonomian indonesia selama masa pandemi. Berdasarkan data BPS, sektor informasi dan komunikasi (infokom) mencatat pertumbuhan tertinggi pada Kuartal II Tahun 2020. Menurut Aris Kurniawan Koordinator Pemberdayaan Kapasitas TIK Kemkominfo bahwa pertumbuhan sektor infokom 10,88% pada Kuartal II 2020 disinyalir karena masyarakat menggantungkan kehidupannya pada ekonomi digital. Bahkan bisnis daring *fast consumer goods* (FMCG) diprediksi akan meningkat 400% selama tahun 2020.²

Perubahan sistem bisnis dan kebutuhan masa pandemi akan memaksa para pelaku bisnis tradisional melakukan transformasi ke ranah sistem *online*. Senantiasa mengikuti perkembangan ke arah modern dan konsisten menerapkan kaidah-kaidah dalam berbisnis online, maka para bisnis tradisional yang ada saat ini dapat bertahan menghadapi gempuran para pelaku bisnis dadakan yang mengandalkan IT sebagai media berdagang.

¹Aji Cakti, *Prospek Bisnis Daring di Era Pandemi Covid-19*, Antara News.Com, 2020.

²Leski Rizkinaswara, *Ekonomi Digital jadi Penopang Perekonomian di Tengah Pandemi*, Dalam aptika.kominfo.go.id/2020/09/ekonomi-digital-jadi-penopang-perekonomian-de-tengah-pandemi/, Diakses Tanggal 19 April 2021.

Peluang bisnis *online* yang marak saat ini tentunya secara tidak langsung dapat merubah sistem bisnis yang berjalan sebelum pandemi *covid-19*, sistem tawar menawar dan interaksi sosial masyarakat akan bergeser dengan sistem daring yang menerapkan prinsip pengantaran dan pemesanan melalui via aplikasi sosial media seperti *whatsapp*, *facebook* dan aplikasi pemesanan yang tersedia di *playstore*.

Melihat perkembangan bisnis yang pesat terutama dalam bisnis online dibutuhkan kejelian dalam pengelolaan bisnis yang terukur dan terencana. Salah satu cara yang dapat ditempuh yaitu dengan penerapan manajemen bisnis, manajemen ini dapat berfungsi sebagai acuan dan elemen dasar dalam melaksanakan tugas dalam mencapai tujuan yang diinginkan yaitu dengan merencanakan, mengorganisir, mengordinasi dan tentunya dapat mengendalikan.

Setiap kegiatan usaha maupun bisnis baik besar maupun kecil membutuhkan manajemen yang baik, untuk memastikan proses produksi, distribusi dan penjualan berlangsung dengan baik. Sebaliknya, tidak menerapkan sistem manajemen akan mengakibatkan sistem yang dibangun tidak berjalan dengan baik, tujuan tidak tercapai dan buruknya para pekerja dalam produktifitas karena pengawasan yang tidak efektif dan *job description* yang tidak jelas.

B. Konsep Manajemen dalam Bisnis

Kata manajemen berasal dari bahasa latin, yaitu dari kata *manus* yang berarti tangan dan *agree* yang berarti melakukan. Kata-kata itu digabung menjadi kata kerja *managere* yang artinya menangani. *Managere* diterjemahkan kedalam bahasa Inggris dalam bentuk kata kerja *to manage*,

dengan kata benda *managemen*, dan *manager* untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Pengelolaan dilakukan melalui proses dan dikelola berdasarkan urutan dan fungsi manajemen itu sendiri.³

Dalam bahasa Arab, manajemen identik dengan kata “*dabbara, yudabbiru, tadbiiran*” yang berarti mengarahkan, mengelola, melaksanakan, mengatur, dan mengurus.⁴ Akhirnya, *management* diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan.⁵

Dalam pemahaman sehari-hari, istilah manajemen sering diartikan sebagai ilmu, kiat, dan profesi. Pendapat tersebut secara beturut-turut dikemukakan menurut pendapat beberapa ahli manajemen.

1. Dikatakan sebagai ilmu, Manajemen dipandang sebagai suatu bidang pengetahuan yang secara sistematis berusaha memahami mengapa, dan bagaimana orang bekerja sama dengan orang lain dan menggunakan alat untuk mencapai tujuan organisasi.
2. Dikatakan seni, karena manajemen dalam sasaran dilakukan melalui cara-cara, gaya pemimpin dengan mengatur orang lain dalam menjalankan tugas.
3. Dikatakan sebagai profesi karena penerapan fungsi manajemen dilandasi keahlian khusus untuk mencapai suatu prestasi manajer. Istilah manajer diidentikkan maknanya sebagai guru, kepala sekolah, pemimpin pendidikan, dan pengelola pendidikan.⁶

Menurut istilah (*terminologi*) terdapat banyak pendapat mengenai pengertian manajemen salah satunya menurut George R. Terry, Manajemen adalah suatu proses khas yang

³Rohiat, *Manajemen Sekolah, Teori Dasar dan Praktek*, (Bandung: Refika Aditama, 2012), h. 14.

⁴Jaja Jahari dan Amirullah Syarbini, *Manajemen Madrasah, Teori, Strategi, dan Implementasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 1.

⁵Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 3

⁶Juhri A.M., *Perspektif Manajemen Pendidikan Persekolahan*, (Metro: Lembaga Penelitian UM. Metro Press, 2013), h. 9-10.

terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian untuk menentukan serta mencapai tujuan melalui pemanfaatan SDM dan sumber daya lainnya.⁷

Menurut James A.F. Stoner, yang dikutip oleh Jaja Jahari dan Amirullah Syarbini, manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁸

Definisi lain dari manajemen sebagaimana dikemukakan oleh Muljani A. Nurhadi, Manajemen adalah sesuatu kegiatan atau rangkaian kegiatan yang berupa proses pengelolaan usaha kerjasama kelompok manusia yang tergabung dalam organisasi pendidikan, untuk mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan sebelumnya agar efektif dan efisien.⁹

Bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari hari.¹⁰

Menurut Bukhori Alma bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen.¹¹

⁷Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), h. 2.

⁸Jaja Jahari & Amirullah Syarbini, *Manajemen Madrasah, Teori, Strategi, dan Implementasi*, h. 2.

⁹Suharsimi Arikunto & Lia Yuliana, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: Aditya Media dan FIP UNY, 2009), h. 3.

¹⁰Amirullah & Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 2.

¹¹Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. (Bandung: CV. Alfabeta, 2004), h. 2.

Berdasarkan definisi di atas, dapat dipahami bahwa manajemen bisnis merupakan kegiatan dalam merancang, mengelola dan mengoperasikan sebuah usaha atau bisnis. Manajemen bisnis mencakup semua pengaturan baik dari dalam proses pengerjaan suatu bisnis untuk mencapai suatu tujuan yang kamu inginkan. Dari usaha besar sampai usaha kecil pun harus menggunakan manajemen bisnis agar laju usaha kamu mempunyai target dan dapat memenuhinya. Dalam menyusun manajemen bisnis terdapat komponen-komponen penting, diantaranya adalah: (1) Deskripsi usaha yang jelas, (2) Analisa pesaing, (3) Strategi pemasaran, (4) Laporan keuangan, dan (5) Kualitas produk dan jasa yang terjaga.

C. Analisa SWOT dalam Bisnis

Alat bantu dalam mengambil keputusan sebelum menjalankan sesuatu termasuk dalam kegiatan bisnis adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Analisa SWOT adalah singkatan dari *Strenght*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threat* (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman). Analisa SWOT sudah menjadi alat yang umum digunakan dalam perencanaan strategis, namun ia merupakan alat yang efektif dalam menempatkan potensi.¹²

Uji kekuatan dan kelemahan pada dasarnya merupakan audit internal tentang seberapa efektif performa perusahaan. Sementara peluang dan ancaman berkonsentrasi pada konteks eksternal atau lingkungan tempat perusahaan beroperasi.

Analisa SWOT bertujuan untuk menemukan aspek-aspek penting dari hal-hal tersebut (kekuatan, kelemahan,

¹²Edward Sallis, *Total Quality Manajement*, (Jogjakarta: IRCiSoD, 2006), h. 221.

peluang dan ancaman). Tujuan pengujian adalah untuk memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, mereduksi ancaman dan membangun peluang.¹³

Aktivitas SWOT dapat diperkuat dengan menjamin analisa tersebut berfokus pada kebutuhan pelanggan dan konteks kompetitif tempat perusahaan beroperasi. Ini merupakan dua variabel kunci dalam membangun atau mengembangkan strategi jangka panjang sebuah perusahaan. Strategi harus dikembangkan dengan berbagai metode yang dapat memungkinkan perusahaan mampu mempertahankan diri dalam menghadapi kompetisi dan mampu memaksimalkan daya tariknya bagi para pelanggan. Pentingnya identitas perusahaan yang berbeda dari para pesaing menjadi hal yang harus dilakukan perusahaan dalam memadukan pengujian misi dan nilai.¹⁴

Berikut Analisa SWOT dalam kegiatan bisnis:

Strength/Kekuatan

1. Biaya produk relatif terjangkau.
2. Letak perusahaan cukup strategis.
3. Memiliki program dalam inovasi produk.
4. Jenis produk banyak dicari dan dibutuhkan oleh pelanggan.
5. Memiliki tenaga profesional sesuai bidangnya dengan kualifikasi yang dibutuhkan.
6. Didukung oleh sumber pendanaan yang kuat dengan jaringan kemitraan yang luas.

Weakness/Kelemahan

1. Produk baru belum dikenal oleh pelanggan.
2. Tenaga kerja yang direkrut mayoritas lulusan baru yang belum berpengalaman.

¹³Edward Sallis, *Total Quality Manajement ...*, h. 221-222

¹⁴Edward Sallis, *Total Quality Manajement ...*, h. 222

3. Sarana dan prasana belum lengkap.
4. Kecenderungan masyarakat yang lebih memilih produk sejenis yang sudah digunakan sekian lama.

Opportunities/Peluang

1. Permintaan terhadap produk tinggi sesuai dengan kebutuhan pasar.
2. Target market menyeluruh dari semua kalangan.
3. Program-program pemerintah membantu pegawai mengembangkan kemampuan.

Threat/Ancaman

1. Persaingan yang sangat ketat diantara para pesaing dengan produk yang sejenis.
2. Meningkatnya persaingan dalam memperoleh pelanggan.
3. Menurunnya daya tarik calon pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

Dari beberapa analisa tersebut terlihat bahwa segala sesuatu tentu ada ilmunya. Demikian pula dalam dunia bisnis. Pentingnya calon pebisnis mengetahui ilmu dasar dalam berbisnis. Bagaimana manajemen yang bagus, pemasaran yang bagus, memulai bisnis dengan baik, dan masih banyak lagi ilmu yang perlu didalami.

D. Isu-Isu Strategis yang mempengaruhi Analisa SWOT

Berbagai isu strategis yang dipertimbangkan dalam analisa SWOT, meliputi:

1. Arah Kebijakan Pemerintah Indonesia melalui otonomi daerah yang menuntut kesiapan pemilik bisnis untuk segera menyesuaikan diri dengan kebijakan masing-masing daerah.
2. Perdagangan bebas dan persaingan global yang semakin ketat yang menuntut pebisnis untuk selalu berinovasi,

- memperbaiki mutu produk untuk dapat menghasilkan produk-produk yang berkualitas.
3. Perubahan regulasi yang menuntut perusahaan dapat melaksanakan bisnis dengan sebaik-baiknya, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan.
 4. Masih terpusatnya kegiatan bisnis di kota-kota besar provinsi, kabupaten kota, dan sekitarnya yang berakibat pada tidak meratanya penjualan dan pengadaan produk yang ditawarkan.

E. Implementasi Fungsi-fungsi Manajemen dalam Bisnis

Fungsi-fungsi manajemen banyak macamnya dan selalu berkembang maju sesuai dengan perkembangan teori dari waktu ke waktu dan disesuaikan dengan kebutuhan organisasi pada waktu bersangkutan. Untuk mencapai tujuannya, organisasi memerlukan dukungan manajemen dengan berbagai fungsinya yang disesuaikan dengan kebutuhan organisasi masing-masing.

Berikut fungsi-fungsi manajemen menurut para ahli yang dapat di gambarkan dalam tabel, sebagai berikut:

Fungsi-fungsi Manajemen menurut para Ahli¹⁵

G.R Terry <i>Planning</i> <i>Organizing</i> <i>Actuating</i> <i>Controlling</i>	John F. Mee <i>Planning</i> <i>Organizing</i> <i>Motivating</i> <i>Controlling</i>	Louis A. Allen <i>Leading</i> <i>Planning</i> <i>Organizing</i> <i>Controlling</i>	Mc. Namara <i>Planning</i> <i>Programming</i> <i>Budgeting</i> <i>System</i>
Henry Fayol <i>Planning</i> <i>Organizing</i> <i>Commanding</i> <i>Coordinating</i> <i>Controlling</i>	Harord Koontz & Cyril Odonnell <i>Planning</i> <i>Organizing</i> <i>Staffing</i> <i>Directing</i> <i>Coordinating</i>	Sondang P. Siagian <i>Planning</i> <i>Organizing</i> <i>Motivating</i> <i>Controlling</i> <i>Evaluating</i>	Luther Gullick <i>Planning</i> <i>Organizing</i> <i>Staffing</i> <i>Directing</i> <i>Coordinating</i> <i>Reporting</i>

¹⁵Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi*, (Bandung: CV. Yrama Widya, 2007), h. 43.

			<i>Budgeting</i>
H.W Newman <i>Planning</i> <i>Organizing</i> <i>Assembling</i> <i>Resources</i> <i>Directing</i> <i>Controlling</i>	Oey Liang Lee Perencanaan Pengorganisasian Pengarahan Pengkoordinasian Pengontrolan	Lyandall F. Urwick <i>Forecasting</i> <i>Planning</i> <i>Organizing</i> <i>Commanding</i> <i>Coordinating</i> <i>Controlling</i>	John D. Millet <i>Directing</i> <i>Facilitating</i>

Berdasarkan pada fungsi-fungsi manajemen yang dipaparkan para ahli di atas, dapat terlihat bahwa setiap ahli memberi pandangan yang berbeda tentang fungsi-fungsi manajemen. Fungsi-fungsi manajemen pembelajaran yang diterapkan dalam tesis ini mengacu kepada pendapat George R. Terry yang menyatakan bahwa manajemen merupakan proses yang khas terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, Pelaksanaan, dan pengawasan yang dilaksanakan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber daya lain.

Namun demikian, dari pemikiran-pemikiran para ahli di atas mengenai beberapa definisi atau fungsi-fungsi manajemen, sebagian besar berpendapat bahwa manajemen merupakan suatu proses mendayagunakan orang dan sumber lainnya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.¹⁶

Menurut Syaiful Sagala, dengan mengacu pada prinsip maupun konsep yang dikemukakan para ahli tersebut, maka keefektifan kegiatan manajemen diharapkan dapat dicapai jika fungsi *planning*, *organizing*, *actuating*, *controlling* dapat di implementasikan dengan baik dan benar dalam kegiatan bisnis.

¹⁶Engkoswara & Aan Komariah, *Administrasi Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 85.

Untuk mempermudah pembahasan mengenai fungsi-fungsi manajemen bisnis berikut penjelasannya:

1. Perencanaan (*Planning*)

Setiap organisasi perlu melakukan suatu perencanaan dalam setiap kegiatan organisasinya. Perencanaan adalah proses penetapan dan pemanfaatan sumber daya secara terpadu yang diharapkan dapat menunjang kegiatan-kegiatan dan upaya-upaya yang akan dilaksanakan secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan.¹⁷

Menurut Suharsimi Arikunto perencanaan adalah suatu proses mempersiapkan serangkaian keputusan untuk mengambil tindakan di masa yang akan datang yang diarahkan kepada tercapainya tujuan-tujuan dengan sarana yang optimal.¹⁸

Dalam praktek manajemen bisnis, bentuk perencanaan (*planning*) digunakan sebagai:

- a. Perencanaan bahan baku
- b. Perencanaan lokasi
- c. Perencanaan produksi
- d. Perencanaan rekrutmen karyawan
- e. Perencanaan jenjang karier
- f. Program penjualan produk baru
- g. Perencanaan *marketing*
- h. Perencanaan anggarannya.

Perencanaan (*planning*) merupakan proses dasar bagi organisasi untuk memilih sasaran dan menetapkan bagaimana cara mencapainya. Oleh karena itu, perusahaan harus menetapkan tujuan dan sasaran yang hendak dicapai sebelum melakukan proses-proses perencanaan.

¹⁷Syaiful Sagala, *Konsep dan Makna Pembelajaran*, h. 141.

¹⁸Suharsimi Arikunto dan Lia Yuliana, *Manajemen Pendidikan*, h. 9.

2. Pengorganisasian (*organizing*)

Kegiatan pengorganisasian dimaksudkan untuk menentukan siapa yang akan melaksanakan tugas sesuai dengan prinsip pengorganisasian, dengan membagi tanggung jawab setiap personel dengan jelas sesuai bidang, wewenang, mata ajaran, dan tanggung jawabnya.¹⁹

Bentuk Pengorganisasian antara lain untuk menentukan tujuan Mengenai penerapan fungsi pengorganisasian dalam kegiatan pembelajaran, ditunjukkan dengan sejumlah aspek, yaitu:

- a. Menyediakan fasilitas, perlengkapan, dan personil yang diperlukan untuk menyusun kerangka yang efisien dalam melaksanakan rencana-rencana melalui suatu proses penetapan pelaksanaan yang diperlukan untuk menyelesaikannya.
- b. Pengelompokan komponen-komponen dalam struktur bisnis secara teratur.
- c. Membentuk struktur wewenang dan mekanisme koordinasi dalam bisnis.
- d. Merumuskan dan menetapkan metode dan prosedur kegiatan, serta.
- e. Memilih, mengadakan latihan, dan pendidikan dalam upaya pengembangan kemampuan seluruh personil yang dilengkapi dengan sumber-sumber lain yang diperlukan.

Berdasarkan hasil penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa pengorganisasian dalam bisnis bagi seorang manager dimaksudkan agar perencanaan yang sudah direncanakan dapat disampaikan secara maksimal.

¹⁹Syaiful Sagala, *Konsep dan Makna Pembelajaran*, h. 143.

Dengan teknik pengorganisasian ini kemampuan manager diuji dalam pengelolaan bisnis seperti yang sudah tertuang dalam perencanaan.

3. Pelaksanaan (*actuating*)

Bentuk Pelaksanaan (*actuating*), sebagai fungsi manajemen diterapkan oleh manager dalam kegiatan bisnis agar karyawan melakukan aktivitas kinerja lebih baik untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Sehubungan dengan itu, peran pimpinan memegang peranan penting sebagai pemimpin *intruksional* dalam mengoptimalkan fungsinya sebagai manager dalam kegiatan bisnis di dalam lingkup kerja yang meliputi:

- a. Membimbing, memotivasi, dan melakukan supervisi oleh pimpinan terhadap karyawan
- b. Memprakarsai dan menampilkan kepemimpinan dalam melaksanakan rencana dan pengambilan keputusan.
- c. Mengeluarkan instruksi-instruksi yang spesifik ke arah pencapaian tujuan.²⁰

Pelaksanaan kegiatan bisnis ini tidak terlepas dari proses perencanaan yang telah diuraikan di muka, tentunya sudah dalam bentuk ujud rencana atau program kegiatan. Dengan kata lain, pelaksanaan kegiatan ini merupakan implementasi rencana atau program yang telah dibuat dalam proses perencanaan.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan adalah suatu konsep yang luas yang dapat diterapkan pada manusia, benda, dan organisasi. Fungsi Pengawasan (*controlling*), dalam konteks kegiatan bisnis, pengawasan dilakukan oleh pimpinan sebagai

²⁰Syaiful Sagala, *Konsep dan Makna Pembelajaran*, h.145.

manager terhadap seluruh karyawan apakah terjadi kegiatan kerja oleh karyawan. Kemudian mengawasi pihak-pihak yang terkait dengan bisnis apakah dengan sungguh-sungguh memberikan pelayanan kebutuhan bisnis.

Pimpinan memiliki peran untuk melakukan pengawasan terhadap program yang ditentukannya apakah sudah dilaksanakan sesuai rencana yang ditetapkannya sendiri. Jika ada kekeliruan atau ada program yang tidak dapat diselesaikan segera dilakukan perbaikan dalam perencanannya, sehingga tujuan yang sebelumnya ditentukan secara maksimal dapat dipenuhi. Jadi, pengawasan dalam perencanaan kegiatan bisnis meliputi:

- a. Mengevaluasi pelaksanaan kegiatan, dibanding dengan rencana.
- b. Melaporkan penyimpangan untuk tindakan koreksi dan merumuskan tindakan koreksi, menyusun standar-standar bisnis dan sasaran-sasaran.
- c. Menilai pekerjaan dan melakukan tindakan koreksi terhadap penyimpangan-penyimpangan, baik mandiri maupun proses bisnis berlangsung.

Pengawasan dapat didefinisikan sebagai proses pemantauan yang terus menerus untuk menjamin terlaksananya perencanaan secara konsekuen yang disusun dengan pelaksanaan atau hasil yang benar-benar dicapai.

Untuk mengetahui hasil yang dicapai benar-benar sesuai dengan rencana yang telah disusun diperlukan informasi melalui komunikasi dengan bawahan.²¹ Pengawasan perlu dilakukan terutama oleh pimpinan

²¹Agus Maimun dan Agus Zaenul Fitri, *Madrasah Unggulan Lembaga Pendidikan Alternatis Di Era Kompetitif*, (Malang: UIN Maliki Press, 2010), h. 122.

sebagai manager agar jalannya pelaksanaan kerja dapat diketahui serta agar tidak terjadi penyimpangan.

F. Daftar Pustaka

- Agus Maimun dan Agus Zaenul Fitri, *Madrasah Unggulan Lembaga Pendidikan Alternatis Di Era Kompetitif*, Malang: UIN Maliki Press, 2010.
- Aji Cakti, *Prospek Bisnis Daring di Era Pandemi Covid-19*, Antara News.Com, 2020.
- Amirullah & Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta, 2004.
- Edward Sallis, *Total Quality Manajement*, Jogjakarta: IRCiSoD, 2006.
- Engkoswara & Aan Komariah, *Administrasi Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi*, Bandung: CV. Yrama Widya, 2007.
- Jaja Jahari dan Amirullah Syarbini, *Manajemen Madrasah, Teori, Strategi, dan Implementasi*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Juhri A.M., *Perspektif Manajemen Pendidikan Persekolahan*, Metro: Lembaga Penelitian UM. Metro Press, 2013.
- Leski Rizkinaswara, *Ekonomi Digital jadi Penopang Perekonomian di Tengah Pandemi*, Dalam aptika.kominfo.go.id/2020/09/ekonomi-digital-jadi-penopang-perekonomian-de-tengah-pandemi/, Diakses Tanggal 19 April 2021.
- Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007.

Rohiat, *Manajemen Sekolah, Teori Dasar dan Praktek*, Bandung: Refika Aditama, 2012.

Suharsimi Arikunto & Lia Yuliana, *Manajemen Pendidikan*, Yogyakarta: Aditya Media dan FIP UNY, 2009.