

PERAN DAN FUNGSI MANAJEMEN DALAM MENGELOLA BISNIS PENDIDIKAN

Dzikri Zalda Azyan, Fardhan Adi Saputra, Muhammad Haikal Azhar Athallah, Muhammad Azka Haikal, Mochamad Izzul Haq, Ilham Fatoni Ikhsan

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

Email: 224110401068@mhs.uinsaizu.ac.id, 224110401055@mhs.uinsaizu.ac.id,

224110401024@mhs.uinsaizu.ac.id, 224110401022@mhs.uinsaizu.ac.id,

fardhansaputra346@gmail.com, 224110401059@mhs.uinsaizu.ac.id

Abstrak

Peran dan fungsi manajemen dalam mengelola bisnis yang memiliki arti yaitu mengelola bisnis online shop dengan manajemen adalah untuk membangun performa bisnis yang baik, meningkatkan penjualan, dan memperluas pasar. Tujuan yang dapat dicapai melalui manajemen bisnis online shop antara lain: meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, memperluas jaringan pemasaran melalui media sosial dan kerja sama dengan pihak lain, membangun komunitas konsumen yang loyal, menggunakan marketing mix yang tepat, dan memanfaatkan teknologi untuk membentuk jiwa entrepreneur melalui bisnis online shop. Tujuan dari theoretical review study ini yaitu untuk mengetahui bagaimana peran dan fungsinya manajemen dalam mengelola bisnis online shop. Metode yang digunakan adalah theoretical review study dengan menganalisis dan membandingkan teori yang telah ada. Hasil dari theoretical review study ini yaitu peran dan fungsinya yaitu strategi pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, dan bisnis model kanvas. Dalam mengembangkan bisnis online shop, dapat dilakukan analisis bisnis model kanvas dan penggunaan teknik analisis SWOT untuk mengetahui keunggulan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada usaha yang dimiliki saat ini. Dapat disimpulkan bahwa peran manajemen sangat penting dalam dunia bisnis baik offline maupun online. Dengan adanya manajemen dapat mendukung bagian dari marketing, produksi, accounting, finance, dan human resource management. Bagi seseorang yang sedang menjalankan bisnis online shop juga perlu meningkatkan kualitas pelayanan kepada customer dalam menjual produk yang bermutu. Sehingga dalam pelaksanaannya perlu dilakukan strategi bisnis untuk menganalisis keunggulan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada usaha yang dimiliki saat ini.

Kata kunci: Fungsi, Manajemen, Bisnis Toko Online

Abstract

The role and function of management in managing a business which means managing an online shop business with management is to build good business performance, increase sales, and expand the market. Goals that can be achieved through online shop business management include: improving the quality of products and services,

expanding marketing networks through social media and cooperation with other parties, building a loyal consumer community, using the right marketing mix, and utilizing technology to shape the entrepreneurial spirit through online shop business. The purpose of this theoretical review study is to find out how the role and function of management in managing an online shop business. The method used is a theoretical review study by analyzing and comparing existing theories. The result of this theoretical review study is its role and function, namely marketing strategy, human resource management, financial management, and business model canvas. In developing an online shop business, a canvas business model analysis can be carried out and the use of SWOT analysis techniques to determine the advantages, weaknesses, opportunities, and threats in the business currently owned. It can be concluded that the role of management is very important in the business world both offline and online. With the management can support parts of marketing, production, accounting, finance, and human resource management. For someone who is running an online shop business, it is also necessary to improve the quality of service to customers in selling quality products. So that in its implementation, it is necessary to carry out a business strategy to analyze the advantages, weaknesses, opportunities, and threats in the business currently owned.

Keywords: Functions, Management, Online shop Business.

Pendahuluan

Manajemen dalam dunia pemasaran saat ini mengharuskan untuk fokus pada persaingan strategis serta bagaimana cara mempertahankan pelayanan terbaik untuk pelanggan. Oleh sebab itu, pebisnis wajib mengantisipasi kebutuhan pelanggan dengan menyesuaikan barang jualan atau produknya sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan. Persaingan bisnis saat ini telah menantang para pengelola usaha dan calon pemilik usaha untuk bertindak cepat, kreatif dan proaktif. Hal ini disebabkan adanya perubahan mendasar dalam sistem persaingan usaha yang menggunakan teknologi. Perubahan tersebut meliputi sistem perdagangan, metode transaksi, sistem pemasaran, dan sistem pembayaran. Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis menuntut perusahaan untuk dapat bereaksi dengan cepat dan tepat untuk menghadapi persaingan dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan tidak dapat diprediksi. Agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan, perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar tujuannya dapat tercapai. Perkembangan bisnis di berbagai bidang telah membuat persaingan semakin ketat, sehingga diperlukan perencanaan strategi bisnis yang tepat sesuai dengan kondisi unit bisnis. Strategi bisnis dapat mempengaruhi perkembangan unit bisnis di masa sekarang dan masa depan. Strategi yang dirancang akan membuat unit bisnis lebih siap menghadapi perubahan dan tantangan dengan mengoptimalkan faktor internal untuk mengurangi hambatan dari faktor eksternal, memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, mengurangi ancaman, dan memaksimalkan peluang (Widyaningsih & Hakim, 2022). Bisnis juga erat kaitannya dengan pemasaran suatu produk, Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok

mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk, layanan, dan nilai antara satu orang dan orang lain (Putri, 2014)

Dalam bisnis online shop, manajemen memainkan peran penting dalam mengembangkan bisnis dan produk agar dapat bertahan dalam persaingan di dunia bisnis. anajemen dapat membantu mengembangkan strategi bisnis yang tepat untuk membantu online shop dalam mengembangkan bisnisnya dan produknya agar bisa bertahan dalam persaingan di dunia bisnis. Dalam bisnis online shop, manajemen dapat membantu mengembangkan strategi bisnis yang tepat, menganalisis bisnis model kanvas, memanfaatkan media sosial secara efektif, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan meningkatkan minat beli konsumen. Pertumbuhan dapat lebih dipercepat jika lebih banyak toko ritel dan konsumen yang terpaksa beralih ke e-commerce. Sebelum pandemi Covid 19, e-commerce hanyalah sebuah pilihan untuk usaha. Namun saat ini sangat penting bagi toko retail dan produsen untuk menjual produk melalui platform e-commerce agar bisnis mereka tetap hidup. Hal ini akan berdampak positif dalam jangka panjang karena konsumen menjadi lebih terbiasa berbelanja online (Ismail, 2020).

Kajian Teori

1. Pengertian Manajemen

Manajemen adalah proses yang meliputi perencanaan dan pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen dapat diterapkan pada berbagai bidang, seperti manajemen sekolah, manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia, manajemen sarana dan prasarana pendidikan, dan manajemen humas. Dalam setiap bidang tersebut, manajemen memiliki peran yang sangat penting dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas usaha atau organisasi yang di jalan Dikutip dari Gesi et al., (2019) bahwa “Manajemen adalah sebuah proses untuk mengatur sesuatu yang dilakukan oleh sekelompok orangatau organisasi untuk mencapaitujuan organisasi tersebut dengancara bekerja sama memanfaatkan sumberdaya.

yang dimiliki. Secara etimologi, kata manajemen diambil dari Bahasa Prancis kuno, yakni “management” yang artinya adalah seni dalam mengatur dan melaksanakan. Manajemen dapat juga didefinisikan sebagai upaya perencanaan, pengkoordinasian, pengorganisasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efisien dan efektif”.

2. Fungsi-Fungsi Manajemen

Gesi et al., (2019) menjelaskan fungsi-fungsi manajemen yaitu:



Gambar 1. Fungsi-Fungsi Manajemen

- Perencanaan (planning)

Manajemen sangat penting dalam setiap perusahaan karena melibatkan perencanaan dan evaluasi setiap tindakan yang diambil atau tidak diambil di perusahaan. Perencanaan penting untuk menentukan tujuan keseluruhan perusahaan dan upaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Manajer bertindak sebagai individu yang mencari alternatif untuk mencapai tujuan akhir, termasuk rencana jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang. Dalam dunia bisnis saat ini, persaingan sangat ketat, dan perusahaan harus bertindak cepat dan akurat untuk menghadapi persaingan dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan tidak pasti.

- Pengorganisasian (Organizing)

Pengorganisasian melibatkan memecah kegiatan besar menjadi kegiatan yang lebih kecil atau serangkaian kegiatan. Tujuannya adalah untuk memudahkan manajer dalam melakukan pengawasan secara lebih efektif dan menentukan sumber daya yang dibutuhkan untuk setiap kegiatan yang telah dibagi menjadi lebih efisien. Pengorganisasian dapat dilakukan dengan lebih mudah dengan menentukan tugas.

3. Pengarahan (Leading/Actuating)

Fungsi pengarahan merupakan inti dari proses manajerial karena melibatkan kemampuan pemimpin dalam menggerakkan seluruh sumber daya manusia untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks bisnis pendidikan, pengarahan tidak hanya berfokus pada instruksi formal, tetapi juga mencakup seni memengaruhi, membimbing, menginspirasi, dan membentuk budaya lembaga pendidikan. Pengarahan yang baik memastikan seluruh kegiatan berjalan terkoordinasi, harmonis, dan berorientasi mutu.

4. Pengendalian dan Evaluasi (Controlling)

Fungsi pengendalian adalah proses memastikan seluruh kegiatan pendidikan berjalan sesuai dengan standar, rencana, dan tujuan lembaga. Tanpa pengendalian yang efektif, lembaga pendidikan akan sulit memastikan mutu layanan, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan (students & parents). Fungsi ini meliputi:

- Pengawasan pembelajaran, seperti observasi kelas dan pemeriksaan perangkat mengajar untuk menjaga kualitas proses belajar.
- Evaluasi hasil belajar siswa, melalui ujian, penilaian proyek, atau asesmen lain guna mengetahui keberhasilan pembelajaran.
- Pengendalian keuangan, untuk memastikan penggunaan anggaran efisien dan transparan.
- Penilaian kinerja guru dan staf, agar lembaga dapat melakukan perbaikan atau pengembangan sesuai kebutuhan.
- Evaluasi kepuasan siswa dan orang tua, sebagai bahan peningkatan layanan Pendidikan.

Melalui controlling, lembaga pendidikan dapat melakukan perbaikan berkelanjutan dan menjaga kualitas layanan agar tetap kompetitif.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis yaitu dengan theoretical review study merupakan jenis artikel penelitian deskriptif dan ulasan dalam beberapa literatur dan studi teoritis. Data-data tersebut kemudian diolah dan dianalisis dengan membandingkan teori-teori yang ada. Data yang diperoleh dianalisis dan isinya disajikan dalam bentuk narasi berupa bagan atau diagram yang membahas hasil penelitian yang dianalisis dari beberapa literatur (Mayang & Paraisu, 2023).

Hasil Dan Pembahasan

Peran manajemen dalam mengelola bisnis online shop meliputi beberapa hal, seperti strategi pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, dan bisnis model kanvas. Dalam mengembangkan bisnis online shop, dapat dilakukan analisis bisnis model kanvas dan penggunaan teknik analisis SWOT untuk mengetahui keunggulan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada usaha yang dimiliki saat ini. Beberapa strategi yang dapat dilakukan dalam mengembangkan bisnis online shop antara lain selalu memberikan produk berkualitas tinggi, memiliki sumber daya yang baik dan memahami mode, merespons pelanggan dengan cepat dan menginformasikan kepada customer bahwa produk yang dijual berkualitas dan layak untuk dibeli. Selain itu, pelatihan bisnis online shop juga dapat membantu dalam mengembangkan jiwa entrepreneur dan meningkatkan penjualan. Dalam mengembangkan bisnis online shop, dapat dilakukan analisis bisnis model kanvas dan penggunaan teknik analisis SWOT

untuk mengetahui keunggulan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada usaha yang dimiliki saat ini.

Manajemen memiliki peran penting dalam mengelola bisnis online shop. Beberapa peran dan fungsi manajemen dalam mengelola bisnis online shop antara lain:

1. Strategi pemasaran: Manajemen dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar
2. Manajemen sumber daya manusia: Manajemen dapat mengelola sumber daya manusia dengan baik untuk memastikan karyawan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup untuk menjalankan bisnis online shop
3. Manajemen keuangan: Manajemen dapat mengelola keuangan dengan baik untuk memastikan bisnis online shop tetap berjalan dengan lancar dan menguntungkan
4. Bisnis model kanvas: Manajemen dapat melakukan analisis untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi pebisnis saat ini.
5. Pelatihan bisnis online shop: Pelatihan bisnis online shop dapat membantu dalam mengembangkan jiwa entrepreneur dan meningkatkan penjualan.

Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa peran manajemen sangat penting dalam dunia bisnis baik offline maupun online. Dengan adanya manajemen dapat mendukung bagian dari marketing, produksi, accounting, finance, dan human resource management. Kemudian dapat menjalin komunikasi dengan konsumen secara rutin untuk mengetahui keinginan, kebutuhan, dan tanggapan dari para konsumen.

Bibliografi

- Gesi, B., Laan, R., & Lamaya, F. (2019). Manajemen Dan Eksekutif. Jurnal Manajemen. Ismai. (2020). Manajemen Dan Eksekutif. Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jumanis) Prodi Kewirausahaan, 2(2), 111–124.
- Mayang, M., & Paraisu, S. (2023). Theoretical Review Study : Peran Dan Fungsi Mutu Pelayanan Kesehatan Di Rumah Sakit. 1(1).
- Putri, D. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. Liberty, Yogyakarta.
- Widyaningsih, B., & Hakim, A. K. (2022). Manajemen Bisnis Online For Beginners. JoEMS (Journal of Education and Management Studies), 5(5), 20–25. <https://doi.org/10.32764/joems.v5i5.735>
- Bush, T. (2007). Educational leadership and management: Theory, policy, and practice. South African Journal of Education, 27(3), 391–406.

Dzikri zalda azyan, Fardhan Adi Saputra , Muhammad Haikal Azhar Athallah,
Muhammad Azka Haikal , Mochamad izzul Haq, ilham fatoni ikhsan

Hallinger, P., & Murphy, J. (1985). Assessing the instructional management behavior of principals. *The Elementary School Journal*, 86(2), 217–247.