

Konsep Pengelolaan Usaha dan Strategi Memenangkan Kompetensi Bisnis

Martoyo, Aulia Tanzania, Luthfiya Tiara Nafisah, Risky Apriansyah, Silva Sindika

Sekolah Tinggi Agama Islam Ibnu Rusyd Kotabumi, Indonesia **Email :**

martoyoir2023@gmail.com, auliatanzania66@gmail.com, lutfiaktb08@gmail.com,
riskiapiansah281@gmail.com, silvasindika8@gmail.com

Abstract: : *In the era of globalization and increasingly complex business competition, entrepreneurs are required to manage their businesses effectively and design appropriate strategies to win in the market. This article provides a comprehensive discussion of the fundamental concepts of business management and strategic approaches that can be applied to enhance business competitiveness. Business management involves an integrated process of planning, organizing, implementing, and controlling, all of which must be executed cohesively to achieve optimal business goals. Meanwhile, strategies to gain a competitive advantage must consider both internal and external factors, including market dynamics, product uniqueness, and technological development. This study employs a qualitative descriptive approach through literature review to explore relevant references as the basis for analysis. The findings indicate that a combination of solid business management and adaptive business strategies can enable enterprises not only to survive but also to excel in competition. Therefore, it is essential for business actors to continuously evaluate and develop their management patterns and strategies in accordance with current business dynamics.*

Keywords: Business management, business strategy, competitiveness, competitive advantage, market adaptation.

Abstrak : Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin kompleks, setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki kemampuan dalam mengelola usahanya secara efektif serta mampu merancang strategi yang tepat guna memenangkan kompetisi di pasar. Artikel ini mengulas secara komprehensif mengenai konsep dasar dalam pengelolaan usaha serta berbagai pendekatan strategis yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing bisnis. Pengelolaan usaha mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang saling berkaitan serta harus dijalankan secara terpadu agar tujuan bisnis dapat tercapai secara optimal. Sementara itu, strategi untuk memenangkan kompetensi bisnis perlu mempertimbangkan faktor internal dan eksternal perusahaan, termasuk kondisi pasar, keunggulan produk, serta perkembangan teknologi. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi pustaka untuk menggali literatur-literatur relevan sebagai dasar

analisis. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa kombinasi antara pengelolaan usaha yang baik dan strategi bisnis yang adaptif dapat membantu perusahaan tidak hanya bertahan, tetapi juga unggul dalam persaingan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk terus mengevaluasi dan mengembangkan pola pengelolaan serta strategi yang sesuai dengan dinamika bisnis saat ini.

Kata Kunci : Pengelolaan usaha, strategi bisnis, kompetensi, keunggulan, bersaing, adaptasi pasar.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di era globalisasi saat ini semakin menunjukkan dinamika yang kompleks dan penuh tantangan. Persaingan bisnis tidak lagi terbatas secara lokal, melainkan telah menjangkau pasar global dengan intensitas kompetisi yang tinggi. Setiap pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya mampu mempertahankan eksistensinya, tetapi juga harus terus berinovasi agar dapat memenangkan kompetisi di tengah perubahan yang cepat, terutama dalam aspek teknologi, perilaku konsumen, dan dinamika pasar. Salah satu kunci utama keberhasilan usaha terletak pada kemampuan pengusaha dalam mengelola usaha secara efektif dan efisien. Pengelolaan usaha yang baik tidak hanya terbatas pada aspek operasional, melainkan juga mencakup perencanaan jangka panjang, pengelolaan sumber daya manusia, pengendalian keuangan, serta pengawasan terhadap proses dan hasil. Manajemen usaha yang terstruktur dan berkesinambungan akan mempermudah pencapaian tujuan usaha secara optimal.¹ Di samping itu, strategi bisnis menjadi unsur penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Strategi yang

dirancang dengan baik memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan eksternal, memahami kebutuhan pasar, serta membedakan diri dari pesaing. Strategi seperti kepemimpinan biaya (cost leadership), diferensiasi produk, dan fokus pasar telah menjadi pendekatan yang banyak digunakan dalam menghadapi persaingan yang ketat.²

Berangkat dari pentingnya dua aspek tersebut, artikel ini bertujuan untuk membahas konsep dasar pengelolaan usaha serta strategi yang dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk memenangkan kompetensi bisnis. Kajian dilakukan melalui pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi literatur sebagai metode utama. Diharapkan, artikel ini dapat memberikan wawasan bagi pelaku usaha maupun akademisi dalam memahami pentingnya sinergi antara pengelolaan usaha dan strategi bisnis dalam menciptakan keunggulan bersaing. Perubahan cepat dalam lingkungan bisnis global saat ini menuntut setiap organisasi, baik skala kecil maupun besar, untuk mampu beradaptasi dan menyusun strategi yang tidak hanya reaktif tetapi juga proaktif. Globalisasi, kemajuan

teknologi, serta pergeseran perilaku konsumen telah menciptakan lanskap kompetisi yang semakin kompleks. Dalam konteks tersebut, pengelolaan bisnis yang sistematis dan strategi yang dirancang dengan cermat menjadi elemen penting untuk mempertahankan eksistensi serta meraih keunggulan bersaing.

Konsep pengelolaan bisnis modern tidak hanya terbatas pada kegiatan administratif semata, tetapi juga mencakup kemampuan dalam mengelola sumber daya manusia, keuangan, informasi, serta aset intelektual perusahaan secara sinergis. Manajemen yang efektif akan mendorong pencapaian tujuan organisasi secara efisien melalui perencanaan yang matang, pengorganisasian yang tepat, pelaksanaan yang terarah, serta pengawasan yang berkelanjutan. Keempat fungsi manajerial ini merupakan fondasi dalam menciptakan struktur organisasi yang responsif terhadap dinamika pasar.

Selain pengelolaan internal yang baik, strategi bisnis yang unggul juga memegang peranan krusial dalam memenangkan kompetisi. Strategi tersebut mencakup berbagai pendekatan yang disesuaikan dengan kekuatan internal perusahaan serta peluang dan tantangan eksternal. Misalnya, perusahaan dapat memilih untuk fokus pada keunggulan biaya, diferensiasi produk, atau strategi fokus pada segmen pasar tertentu. Kesuksesan suatu perusahaan dalam memenangkan kompetisi bisnis sangat bergantung pada sejauh mana strategi tersebut dieksekusi secara konsisten dan disesuaikan dengan perubahan pasar yang terjadi.

Lebih jauh lagi, perusahaan juga perlu memperhatikan aspek kompetensi inti (core competence), yaitu keunggulan

yang menjadi identitas dan kekuatan unik yang sulit ditiru oleh pesaing. Kompetensi ini dapat berupa keahlian teknologi, budaya kerja yang kuat, atau hubungan pelanggan yang solid. Dengan memahami dan memaksimalkan kompetensi inti, perusahaan akan lebih mampu berinovasi dan bertahan dalam kompetisi yang semakin tajam. Oleh karena itu, pembahasan mengenai konsep pengelolaan dan strategi memenangkan kompetensi bisnis menjadi sangat penting. Dengan pemahaman yang mendalam terhadap kedua aspek tersebut, pelaku usaha dapat merancang arah kebijakan yang tepat, serta menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi pelanggan dan seluruh pemangku kepentingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. KONSEP PENGELOLAAN USAHA

1. Pengertian Pengelolaan Usaha

Pengelolaan usaha adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis dan terencana untuk mengatur semua sumber daya dalam sebuah organisasi atau perusahaan agar tujuan bisnis dapat tercapai secara efisien dan efektif. Pengelolaan ini mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan usaha secara menyeluruh.

Pengelolaan usaha tidak hanya berlaku untuk perusahaan besar, tetapi juga sangat penting diterapkan oleh usaha kecil dan menengah (UKM) agar mampu bertahan dan berkembang dalam kompetisi pasar yang terus berubah.

2. Tujuan Pengelolaan Usaha

- 1). Mencapai efisiensi operasional
- 2). Memaksimalkan keuntungan dan keberlanjutan usaha
- 3). Menjamin kepuasan pelanggan

- 4). Meningkatkan daya saing bisnis
- 5). Mengembangkan inovasi dan kreativitas dalam bisnis

3. Fungsi-Fungsi Pengelolaan Usaha

a. Perencanaan (Planning)

Perencanaan adalah langkah awal dalam proses pengelolaan usaha. Di tahap ini, pemilik usaha menetapkan visi dan misi, tujuan jangka pendek dan jangka panjang, serta menyusun strategi bisnis.

Perencanaan mencakup:

- 1). Analisis pasar dan pesaing
- 2). Penentuan segmen pelanggan
- 3). Perkiraan biaya dan pendapatan
- 4). Risiko dan strategi mitigasi

b. Pengorganisasian (Organizing)

Pada tahap ini, usaha diatur ke dalam struktur organisasi yang jelas, pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab. Tujuannya agar setiap bagian dalam usaha bekerja sesuai porsinya dan tidak tumpang tindih. Hal ini mencakup:

- 1). Penataan divisi usaha
- 2). Penempatan SDM sesuai keahlian
- 3). Alur komunikasi kerja yang efisien

c. Pelaksanaan (Actuating)

Tahap ini mencakup pelaksanaan rencana yang sudah disusun. Manajer atau pemilik usaha harus mampu memimpin, memberi arahan, memotivasi, dan membina hubungan kerja yang harmonis. Komunikasi yang baik serta keterlibatan semua pihak sangat penting di tahap ini.

d. Pengawasan dan Evaluasi (Controlling)

Pengawasan berfungsi untuk memastikan bahwa pelaksanaan kegiatan usaha berjalan sesuai rencana. Jika terdapat penyimpangan, segera dilakukan

evaluasi dan tindakan korektif. Pengawasan mencakup:

- 1). Monitoring kinerja karyawan
- 2). Penilaian kualitas produk/jasa
- 3). Audit keuangan dan operasional

4. Ruang Lingkup Pengelolaan Usaha

- 1). Pengelolaan SDM: Rekrutmen, pelatihan, penilaian kinerja
- 2). Pengelolaan Produksi: Proses produksi, manajemen kualitas
- 3). Pengelolaan Pemasaran: Strategi promosi, hubungan pelanggan
- 4). Pengelolaan Keuangan: Anggaran, akuntansi, pembiayaan
- 5). Pengelolaan Teknologi: Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi
- 6). Pengelolaan Risiko: Identifikasi, evaluasi, dan mitigasi risiko bisnis

B. Strategi Memenangkan Kompetensi Bisnis

1. Pengertian Kompetensi Bisnis

Kompetensi bisnis adalah kemampuan dan keunggulan suatu perusahaan dalam menciptakan nilai, membedakan diri dari pesaing, dan menjawab kebutuhan konsumen secara konsisten. Kompetensi ini muncul dari kombinasi sumber daya, proses bisnis, dan strategi yang dijalankan secara efektif. Kompetensi bisnis menjadi faktor utama untuk memenangkan persaingan pasar, membangun loyalitas pelanggan, dan menciptakan keberlanjutan usaha jangka panjang. Kompetensi bisnis merupakan seperangkat kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh individu atau organisasi untuk menjalankan kegiatan usaha secara efektif dan efisien. Kompetensi ini mencakup aspek pengetahuan, keterampilan teknis, dan kemampuan manajerial yang diperlukan agar bisnis dapat bersaing dan berkembang di tengah persaingan pasar yang dinamis. Kemampuan ini tidak hanya

terbatas pada pemahaman produk atau jasa, tetapi juga meliputi strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, serta hubungan dengan pelanggan dan mitra kerja.

Dalam praktiknya, kompetensi bisnis berperan penting dalam menentukan arah dan keberhasilan suatu perusahaan. Organisasi yang memiliki kompetensi bisnis yang unggul akan lebih mudah beradaptasi dengan perubahan, merespons kebutuhan pasar, dan menciptakan inovasi yang relevan. Selain itu, kompetensi ini memungkinkan manajer atau pemilik usaha untuk membuat keputusan yang tepat berdasarkan data dan analisis pasar yang akurat.

Pentingnya kompetensi bisnis juga tercermin dalam upaya peningkatan daya saing, baik di tingkat lokal maupun global. Di era globalisasi, perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif yang tidak hanya bersifat jangka pendek, tetapi juga berkelanjutan. Oleh karena itu, pengembangan kompetensi bisnis menjadi fokus utama dalam banyak program pelatihan dan pendidikan kewirausahaan agar para pelaku usaha mampu mengelola bisnisnya secara profesional dan berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang.

2. Jenis-Jenis Kompetensi dalam Bisnis

- 1). Kompetensi Inti (Core Competency): Keunggulan utama yang menjadi identitas perusahaan.
- 2). Kompetensi Operasional: Kemampuan menjalankan kegiatan produksi atau jasa secara efisien.
- 3). Kompetensi Strategis: Kemampuan untuk berinovasi, beradaptasi, dan merancang strategi masa depan.
- 4). Kompetensi Manajerial: Kemampuan mengelola SDM, proses bisnis, dan pengambilan keputusan.

3.Strategi Memenangkan Kompetensi Bisnis

a.Strategi Diferensiasi (Differentiation Strategy)

Strategi ini menekankan pada penciptaan keunikan produk atau jasa yang sulit ditiru oleh pesaing. Hal ini dapat mencakup:

- 1). Desain dan kualitas produk unggul
- 2). Pelayanan pelanggan yang personal
- 3). Inovasi berkelanjutan

b. Strategi Kepemimpinan Biaya (Cost Leadership)

Strategi ini berfokus pada efisiensi biaya sehingga perusahaan dapat menawarkan harga lebih rendah tanpa mengorbankan kualitas. Dapat dilakukan melalui:

- 1). Skala produksi besar
- 2). Teknologi hemat biaya
- 3). Rantai pasok yang efisien

c. Strategi Fokus (Focus Strategy)

Perusahaan memilih untuk melayani pasar niche (tertentu) secara lebih intensif. Strategi ini mengandalkan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan segmen tersebut.

d. Strategi Inovasi

Inovasi menjadi penentu utama dalam dunia bisnis modern. Inovasi bisa dalam bentuk:

- 1). Produk dan layanan baru
- 2). Model bisnis baru (misalnya: subscription, digital platform)
- 3). Pemanfaatan teknologi mutakhir seperti AI, big data, dan IoT

e. Strategi Digitalisasi

Dalam era digital, perusahaan harus mengintegrasikan teknologi ke dalam setiap lini bisnis, seperti:

- 1). Digital marketing (SEO, media sosial, email marketing)

- 2).E-commerce dan platform online
- 3).Otomatisasi layanan dan produksi

f. Strategi Kemitraan dan Kolaborasi

Menjalin kerja sama strategis dengan pihak luar (supplier, mitra distribusi, startup, bahkan kompetitor dalam bentuk co-branding) dapat memperluas jangkauan pasar dan memperkuat posisi bisnis.

4. Faktor Penentu Keberhasilan Strategi Kompetensi Bisnis

- 1).Kepemimpinan yang visioner
 - 2).Kultur organisasi yang adaptif
 - 3).SDM yang kompeten dan terus berkembang
 - 4).Pemanfaatan teknologi secara optimal
 - 5).Respons cepat terhadap perubahan pasar
 - 6).Keberanian untuk mengambil risiko yang terukur
5. Studi Kasus Strategi Kompetensi Bisnis
- 1).Gojek (Indonesia): Sukses karena strategi diferensiasi layanan super app dan inovasi digital
 - 2).Indomie: Menang di pasar dengan fokus rasa khas lokal dan distribusi luas
 - 3).Tokopedia: Memenangkan kompetensi dengan membangun platform e-commerce yang inklusif dan mudah digunakan

DAFTAR RUJUKAN

Griffin, Ricky W. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga, 2012.

Hasibuan, M. S. P. (2018). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.

Kotler, Philip dan Kevin Keller. *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga, 2016.

Manullang, M. (2005). *Dasar-dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.

KESIMPULAN

Konsep pengelolaan usaha yang terstruktur dan terencana menjadi kunci utama dalam mencapai keberhasilan bisnis. Pengelolaan usaha yang efektif tidak hanya mencakup aspek administratif dan operasional, tetapi juga memerlukan ketajaman dalam membaca peluang pasar dan mengelola sumber daya secara optimal. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin kompetitif, strategi untuk memenangkan kompetensi bisnis menjadi sangat krusial.

Strategi tersebut harus disusun berdasarkan pemahaman yang mendalam terhadap kekuatan internal, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Keberhasilan dalam memenangkan persaingan bukan hanya bergantung pada produk yang ditawarkan, melainkan juga pada kemampuan berinovasi, membangun relasi dengan pelanggan, serta memanfaatkan teknologi digital untuk efisiensi dan perluasan jangkauan pasar.

Dengan sinergi antara pengelolaan usaha yang baik dan strategi bisnis yang tepat, perusahaan dapat bertahan, berkembang, serta unggul dalam kompetisi jangka panjang.

Porter, Michael E. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press, 1985.

Prahalad, C.K. & Hamel, Gary. "The Core Competence of the Corporation." *Harvard Business Review*, Vol. 68, No. 3, 1990.

Robbins, Stephen P., & Coulter, Mary. *Management*. 13th ed., Pearson Education, 2016.

Sutrisno, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya*

Manusia. Jakarta: Kencana.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability*. Pearson Education.

Wheelen, Thomas L., dan J. David Hunger. *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability*. 14th ed. Pearson Education, 2015.