

Upaya Strategik Maksimalisasi Laba Untuk Perusahaan Yang Berbasis Pada Produksi Makanan Camilan

H. Chairil M. Noor¹,

Universitas BSI, chairil.cmn@bsi.ac.id

Gartika Rahmasari²,

Universitas BSI, gartika.grm@bsi.ac.id

Ade Mubarok³,

Universitas BSI, job.dosen@gmail.com

Purwadhi

Universitas BSI, purwadhi.pwh@bsi.ac.id

Bambang Sukajie

Universitas BSI, b_s_ajie@yahoo.com

Abstrak

Dalam sebuah usaha atau bisnis yang di kelolah oleh seseorang, baik secara personal maupun kelompok, harus mampu membuat perencanaan yang baik serta mampu memperhitungkan keuntungan hingga kerugian yang mungkin di alami saat menjalankan usaha tersebut. Laba merupakan sesuatu hal yang vital dalam perusahaan, karena itu laba merupakan suatu keharusan yang tidak bisa ditawar ada atau tidaknya esensinya harus dapat dimiliki oleh perusahaan, bahkan perusahaan harus menetapkan berbagai strategi bagaimana perusahaan dapat memaksimalkan laba, demikian juga untuk perusahaan yang berbasis pada produk makanan camilan.

Dalam membahas masalah maksimalisasi laba pada perusahaan yang berbasis pada produk makanan camilan ini menggunakan dua pendekatan strategik yang akan dibahas dalam artikel ini yaitu bagaimana perusahaan memaksimalkan laba melalui pengendalian pusat kegiatan anggaran (*cost, revenue, profit, financing*) dan upaya memaksimalkan laba dengan strategi pemanfaatan SDM melalui bagaimana manajer menerapkan *goal setting* yang demikian penting artinya bagi manajer dan pimpinan perusahaan. Kelangsungan usaha perusahaan agar menjaga dan berusaha yang selalu meningkatkan profitabilitas melalui bagaimana strategi manajemen dengan mencermati strategi pada berbagai kegiatan pada pusat-pusat anggaran yang dapat meningkatkan *Rate of Return on Investment* (ROI). Konsep manajemen SDM untuk perusahaan yang berbasis pada makanan camilan ini membutuhkan SDM yang berkualifikasi kompeten dibidangnya dengan manajer yang menetapkan *goal setting* yang tepat

sasaran sesuai visi dan perencanaan stratejik (renstra) yang telah ditetapkan perusahaan.

Keywords: laba, renstra, camilan, revenue

ABSTRACT

In a business or business that is managed by someone, both personally and in groups, must be able to make good planning and be able to calculate the benefits to the losses that may be experienced when running the business. Profit is something that is vital in the company, therefore profit is a necessity that cannot be negotiable whether or not the essence must be owned by the company, even companies must establish various strategies on how companies can maximize profits, as well as companies based on food products snack. In discussing the issue of profit maximization in companies based on snack food products, the two strategic approaches that will be discussed in this article are how the company maximizes profits through controlling central budget activities (cost, revenue, profit, financing) and maximizing profits with utilization strategies HR through how managers apply goal settings is so important for managers and company leaders. The business continuity of the company in order to maintain and strive to always increase profitability through how the management strategy is by looking at the strategies in various activities at budget centers that can increase the Rate of Return on Investment (ROI). The concept of HR management for companies based on snack foods requires qualified human resources competent in their field with managers who set the right target setting according to the vision and strategic planning (strategic plan) set by the company.

Keywords: profit, strategic plan, snack, revenue

Pendahuluan

Dalam dunia bisnis saat ini, laba merupakan sesuatu hal yang vital dalam perusahaan, karena jika berada pada kondisi merugi pada satu periode saja akan berdampak buruk pada periode selanjutnya. Perusahaan pun harus menutupi berbagai biaya yang berpotensi menimbulkan kerugian agar dapat bertahan serta kembali memperoleh keuntungan.

Sedemikian pentingnya laba dalam perusahaan keberadaanya seperti oksigen bagi makhluk hidup, karena jika tidak menghirup udara atau oksigen maka dapat mengakibatkan kematian. Demikian pula halnya pada bisnis modern saat ini. Tujuan perusahaan tidak semata-mata mencari laba lagi karena laba merupakan suatu keharusan yang tidak bisa ditawar. Ada atau tidaknya laba, esensinya harus dapat dimiliki oleh perusahaan, bahkan dengan berbagai strategi bagaimana perusahaan dapat memaksimalkannya.

Dalam perkembangannya, pengelolaan organisasi apapun baik bisnis ataupun organisasi nirlaba sudah saatnya agar berorientasi baik secara totalitas atau melalui unit-unit bisnis stratejik untuk menghasilkan atau memperoleh laba dalam aktivitasnya. Dengan kata lain, bentuk organisasi

apapun dipandang perlu untuk menciptakan laba dalam menjalankan roda kegiatan operasionalnya.

Hal ini memang terkesan terlalu materialis atau bahkan kapitalis, tetapi sangatlah wajar jika sebuah investasi sudah selayaknya memberikan nilai lebih secara ekonomi agar organisasi itu kelak tidak dihadapkan pada suatu kesulitan finansial bahkan kebangkrutan.

Dapat disimak dari berbagai istilah yang sebenarnya identik dengan laba atau *profit* lebih akrab berlaku pada perusahaan, tetapi sebenarnya bagi bangun organisasi sosial atau nirlaba seperti yayasan jika terjadi pertambahan nilai ekonomi dalam aktivitasnya seperti laba atau sejenisnya, maka menggunakan istilah Pertambahan Nilai Aktiva.

Demikian pula halnya dengan organisasi seperti Koperasi jika memperoleh seperti atau sejenis laba menggunakan istilah Sisa Hasil Usaha (SHU). Jadi tidak dapat dipungkiri apakah bentuk organisasi tersebut berorientasi pada laba atau nirlaba maka laba atau *profit* merupakan suatu keharusan ada dalam organisasi tersebut. Jadi tidaklah keliru atau berlebihan jika ada pelaku usaha atau bahkan para ahli yang mengatakan, “ *The Profit is just like oxygen, we need for life but is not the purpose of life* ”.

Dua pendekatan strategik yang akan dibahas dalam artikel ini yaitu bagaimana perusahaan memaksimalkan laba melalui pengendalian pusat kegiatan anggaran (*cost, revenue, profit, financing*) dan upaya memaksimalkan laba dengan strategi pemanfaatan SDM melalui bagaimana manajer menerapkan *goal setting* penting artinya bagi para manajer dan pimpinan perusahaan.

Kajian Literatur

Ada banyak literatur yang menjelaskan definisi laba. Salah satunya adalah (Soemarso, 2010), yang menyatakan bahwa laba adalah “selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha. Apabila beban lebih besar dari pendapatan, selisihnya disebut rugi. Laba atau rugi merupakan hasil perhitungan secara periodik (berkala). Laba atau rugi ini belum merupakan laba atau rugi yang sebenarnya. Laba atau rugi yang sebenarnya baru dapat diketahui apabila perusahaan telah menghentikan kegiatannya dan dilikuidasikan.”

Menurut (Walter T. Harrison jr., 2012), Laba adalah “kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi (misalnya, kenaikan aset atau penurunan kewajiban) yang menghasilkan peningkatan ekuitas, selain yang menyangkut transaksi dengan pemegang saham.” Kemudian, (Kuswandi, 2005) mendefinisikan laba (rugi) sebagai “pendapatan dikurangi seluruh beban/biaya yang telah dikeluarkan”.

Menurut (Arfan, 2009) menyatakan bahwa terdapat komponen-komponen yang mempengaruhi laba, yaitu:

1. Pendapatan, merupakan kenaikan dalam modal dihasilkan dari penyerahan atas barang-barang atau penyewaan dari jasa dengan bisnis. Dalam jumlah, pendapatan adalah sebanding terhadap kas dan piutang

yang di peroleh dalam kompensasi untuk barang-barang yang diserahkan atau jasa yang di sewa.

2. Biaya-Biaya, merupakan penurunan dalam modal yang disebabkan oleh operasi produksi pendapatan bisnis. Dalam jumlah, biaya adalah setara terhadap nilai dan barang-barang dan jasa yang digunakan atau yang di konsumsi dalam memperoleh pendapatan”.

Menurut (Crumbley, 2003), menyatakan bahwa dalam perusahaan para manajer dapat bertanggung jawab atas bertambahnya profitabilitas (begitu juga ROI) dengan mengelola berbagai jenis kegiatan secara berhasil melalui empat jenis pusat kegiatan (biaya, penghasilan, laba, investasi) yang ada dalam perusahaan.

Jika perusahaan meraih sukses maka upaya maksimalisasi laba telah dilakukan SDM berjalan dengan baik, hal ini merupakan langkah keberhasilan manajer atau pimpinan perusahaan dalam menetapkan *goal setting*, seperti yang dikemukakan oleh (Rivai, 2010), kiat bagaimana manajer menetapkan tujuan secara praktis dan efektif, yaitu: Kenali diri dan nilai kualitas diri; tentukan tujuan hidup anda serta nilai kehidupan yang anda inginkan; kembangkan visi; tetapkan tujuan secara objektif dan dapat diukur; kembangkan rencana pribadi yang strategis; pelihara motivasi diri secara konsisten; dan disiplinkan diri.

Metode

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan metode pustaka, yaitu penulis melakukan kajian literature yang berhubungan dengan cara meningkatkan laba, khususnya untuk perusahaan yang berbasis produksi camilan.

Hasil dan Pembahasan

Masalah Yang Dihadapi Perusahaan Berbasis Pada Produksi Camilan Dalam Memaksimalkan Laba

Perusahaan yang berbasis pada produksi camilan dalam upaya memaksimalkan laba umumnya dihadapkan pada beberapa hal berikut ini :

- a. Masa kelayakan untuk menggunakan bahan baku atau bahan pembantu yang digunakan dalam proses produksi atau penyimpanan di gudang (*storage*) relatif sangat pendek karena dalam jangka waktu atau ukuran beberapa hari atau minggu saja sehingga akan cepat rusak atau buruk.
- b. Sarana yang berhubungan dengan sanitasi dan higienis dalam proses pengolahan produk makanan memerlukan biaya yang relatif mahal.
- c. Investasi peralatan (*equipment*) untuk proses produksi makanan memerlukan peralatan yang spesifik, sehingga memerlukan waktu

pemesanan atau pengadaan untuk memperolehnya serta memerlukan dana yang relatif mahal.

d. Rendahnya Sumber Daya Manusia yang berkualifikasi kompeten atau terampil dalam pengolahan proses produksi atau bidang lainnya seperti tenaga administrasi, pergudangan, marketing dll. yang faham dengan core bisnis makanan camilan

e. Memperhitungkan masa kadaluarsa (*expired*) hasil produksi yang kurang cermat dan system pembungkusan (*packaging*) yang kurang baik, maka akan dapat mengakibatkan gagal jual, artinya walaupun hasil produksi bermutu baik tetapi tidak diimbangi dengan strategi dan perencanaan yang matang atas masa kadaluarsa dan pembungkusan maka hasil produksi tidal bisa dijual.

f. Belum maksimalnya manajemen persediaan (*inventory management*) yang ditunjang dengan sistem pergudangan yang baik atas bahan baku, bahan pembantu dan hasil produksi, maka dimungkinkan adanya risiko cepat rusak atau busuk.

g. Perlu kepekaan terhadap komponen bahan yang mengandung hal yang diharamkan bagi umat Muslim, sehingga keberadaan sertifikasi halal yang konon relative mahal untuk memperolehnya umumnya belum memiliki kebijakan pengendalian internal (*internal control*) dalam mengevaluasi dan menilai berbagai masukkan di dalam perusahaan maupun di masyarakat.

h. Masa waktu perputaran (*turnover*) atas penjualan yang relatif pendek memerlukan strategi marketing yang baik dan tepat maka biaya marketing menjadi tinggi, masalahnya apakah sudah diimbangi dengan pertumbuhan pendapatan atau pejualan yang signifikan, jika tidak maka akan berakibat risiko gagal usaha.

Dari berbagai permasalahan yang timbul di atas maka hendaknya pihak manajemen sudah saatnya mampu menemukan strategi yang tepat dan dapat menjaga keberlangsungan usaha perusahaan (*sustainability*).

Beberapa solusi untuk mengatasi permasalahan yang ada pada perusahaan pengelola produksi camilan seperti kerjasama dan koordinasi yang baik antara pihak pemasok bahan baku dan bahan pembantu lainnya dengan perusahaan pengelola produksi camilan bersinergi melalui asosiasi yang berkaitan dengan hal tersebut, sehingga dapat dihindari kemungkinan timbulnya risiko keterlambatan dalam pemasokan dan tarif harga yang tidak metentu dapat dihindari.

Menurunnya mutu hasil produksi sebagai akibat dari sanitasi yang buruk dan tidak higienis dalam proses produksi akan berdampak pada hasil produksi tidak dapat mendongkrak pendapatan, sedangkan biaya akan tetap dan harus dikeluarkan sehingga laba menurun dan dalam jangka panjang dapat berdampak pada kebangkrutan. Untuk mengatasi hal ini perusahaan dapat harus menyusun program kebersihan lingkungan internal dan eksternal dan kesehatan kerja bagi karyawan. Lingkungan yang bersih dan karyawan yang sehat akan menghasilkan produksi yang

bermutu dan sehat, dan menjadi perhatian perusahaan bahwa program ini akan meningkatkan biaya tetapi jika diimbangi dengan peningkatan omzet penjualan sebagai akibat dari mutu produk yang baik, maka dalam jangka panjang laba perusahaan akan naik.

Industri produksi makanan dalam proses produksi pada kenyataannya memerlukan peralatan yang khusus atau spesifik sehingga investasi terhadap peralatan ini terhitung mahal, keterlibatan peran dari lembaga perbankan dalam memberikan fasilitas kredit akan menjadi opsi sumber dan penggunaan dana perusahaan. Disisi lain kerjasama antar perusahaan sejenis akan sangat membantu dalam pengadaan dan penggunaan secara bersama atas peralatan - peralatan yang relatif mahal, dan peran asosiasi sejenis dapat menjadi penghubung untuk aktivitas ini.

Perusahaan harus memiliki program peningkatan kemampuan kompetensi dan keterampilan sumber daya manusia yang tertuang dalam perencanaan bisnis perusahaan dan dirumuskan secara periodik pertahun. Peningkatan kompetensi dapat dilakukan melalui mensertifikasi okupasi sumber daya manusia pada Lembaga Setifikasi Profesi (LSP) atau pelatihan - pelatihan yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah atau bekerjasama dengan Perguruan Tinggi yang memiliki program studi teknologi pangan, bisnis, dan pariwisata. Biaya untuk peningkatan SDM memang mahal tetapi dampak jangka panjang akan berpengaruh besar atas peningkatan laba dan performa perusahaan, disisi lain karyawan yang terampil akan mengurangi risiko gagal produksi dan risiko kecelakaan kerja.

Manajemen perusahaan secara terencana harus merumuskan suatu business plan baik dalam periodik tahunan maupun dalam jangka panjang tiga tahunan atau lima tahunan melalui rencana stratejik (renstra), dan salah satu programnya mengevaluasi dan melakukan pemutahiran sertifikasi atas produknya agar komponen produk akan selalu teridentifikasi dari bahan yang dikatagorikan haram. Jika lalai akan hal ini atau pengendalian internal yang lemah terhadap proses produksi dan hasil produksi maka dampaknya dapat berisiko fatal bagi image perusahaan bahkan hingga dapat menghilangkan kepercayaan kosumen atau masyarakat terhadap perusahaan.

Mengendalikan Profitabilitas Melalui Pusat-Pusat Kegiatan Yang Dianggarkan

Upaya memaksimalkan laba merupakan tanggung jawab manajemen atau pengelola dalam menjaga kelangsungan usaha yang selalu berupaya meningkatkan profitabilitas melalui bagaimana manajemen mencermati berbagai kegiatan pada pusat-pusat anggaran.

Pusat kegiatan yang dianggarkan dan harus diperhatikan oleh manajemen yaitu :

1. Pusat Biaya (*Cost Centre*)
2. Pusat Pendapatan (*Revenue Centre*)
3. Pusat Laba (*Profit Centre*)

4. Pusat Pembiayaan (*Financing Centre*)

Penetapan alokasi anggaran pada pusat-pusat kegiatan perusahaan ditetapkan melalui suatu studi atau *research* dilakukan suatu tim dalam perusahaan yang menganalisis berbagai aspek internal dan eksternal. Data yang dianalisis bersumber dari lingkungan industri sejenis diolah dan dianalisis secara obyektif agar memberikan kesimpulan yang mendekati kondisi sesungguhnya.

Upaya maksimalisasi laba melalui pusat biaya dalam perusahaan yang memproduksi makanan camilan dilakukan melalui pemanfaatan bahan baku dan bahan pembantu seefektif mungkin, menghindari terjadinya pemborosan penggunaan bahan dan tepat waktu dalam penggunaan bahan dan hal ini harus didukung dengan *inventory management* yang baik. Penetapan jumlah karyawan, beban kerja dan jam kerja yang tepat akan sangat menentukan *budget* biaya tenaga kerja sehingga dalam biaya yang sesungguhnya tidak terjadi selisih varian yang besar baik devisa maupun surplus. Penetapan strategi yang tepat dalam pemasaran sehingga biaya pemasaran yang dikeluarkan dan dianggarkan benar-benar efektif mem *back up* aktivitas marketing yang dilakukan perusahaan. Pengoperasian peralatan harus sesuai dengan *standard operating procedure* (SOP) sehingga dapat terhindar dari kerusakan dan penyusutan serta keausan peralatan yang belum saatnya, dan harus dimbangi dengan perawatan secara berkala. Jika lalai dalam pengawasan atau pengendalian peralatan maka akan berisiko pada pengeluaran biaya peralatan yang tidak terduga dan besar.

Peningkatan volume penjualan sejalan dengan target yang telah ditetapkan menjadi keharusan bagi manajemen memaksimalkan laba yang berpusat pada sektor pendapatan. Seberapa besar *sales forecasting* tergantung kecerdikan manajemen merumuskan *business plan* melalui analisis atau studi yang tepat, sehingga peningkatan volume penjualan pada dasarnya merupakan penentuan besaran *sales forecasting* yang terencana dengan baik. Disini lain peningkatan volume penjualan merupakan kebijakan manajemen yang tepat dalam menerapkan strategi pemasaran, salah satu strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha produk makanan camilan saat ini adalah dengan memperluas segmentasi pasar pada segmen konsumen berpenghasilan menengah kebawah dan lingkungan masyarakat sekitar kota besar atau pedesaan. Dengan demikian diperlukan perluasan sektor retail dan penambahan armada penjualan yang dapat menembus lebih dalam dari segmen yang selama ini ada dan tetap dipertahankan keberadaannya. Pada kondisi tertentu manajemen dihadapkan upaya pengetatan efisiensi biaya, karena walaupun volume penjualan tetap atau tidak meningkat maka akan tetap terjadi maksimalisasi laba dalam jangka pendek.

Besar atau kecilnya laba yang diperoleh perusahaan tergantung upaya dan kebijakan manajemen dalam menjalankan kebijakan dan menyikapi kondisi ekonomi serta persaingan yang ada di pasar. Kepekaan manajemen

dalam memantau kondisi pasar atau pesaing akan berpengaruh dalam menetapkan kebijakan harga. Dengan kata lain penetapan harga sebaiknya juga berorientasi kepada *research* pasar dan analisis pesaing agar tidak terperangkap dengan keinginan meraih laba besar tetapi harga produk tidak *marketable*, dan berisiko pada penurunan volume penjualan. Sisi lain yang tidak bisa diabaikan dalam upaya memaksimalkan laba kebijakan dalam bauran promosi, karena pada kondisi pasar tertentu agar tetap memperoleh laba membutuhkan kebijakan pemilihan bauran promosi yang tepat. Bauran promosi yang diketahui saat ini adalah *Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Public Relation, Direct Marketing*, kelima katagori bauran promosi tersebut pada perusahaan yang memproduksi makanan camilan pada dasarnya seluruhnya dapat dilakukan, namun menentukan strategi apa yang tepat dalam memilih dan menentukan katagori diatas sebaiknya melalui *research* pasar terlebih dahulu. Dalam menentukan katagori periklanan maka pemilihan media yang tepat seperti televisi, radio, koran, media sosial dan lain-lain. Apakah diperlukan penjualan yang menggunakan tenaga penjual seperti *Sales Promotion Girl (SPG)* pada saat mengikuti ekspo atau pameran, jika tidak dipandang esensial maka tidak perlu memilih katagori ini. Melakukan pemotongan harga untuk pembelian dengan jumlah tertentu dan pemberian hadiah kepada pembeli dapat menjadi pilihan dalam katagori promosi penjualan. Menjalin hubungan yang baik dengan dengan pelanggan baik yang sudah biasa mengkonsumsi produk atau yang belum pernah, melalui pendekatan *public relation* mengundang calon pelanggan atau pelanggan tetap dalam suatu pertemuan untuk membina jaringan dimana peserta yang diundang atau dijamu bisa perusahaan yang akan terlibat dalam membuka jaringan pemasaran baru atau pribadi yang potensial seperti *public figure* dll. Memasarkan langsung kepada masyarakat saat ini yang paling tepat adalah melalui pemanfaatan jaringan di internet seperti *E-marketing* atau memasarkan langsung secara *on line*, dan tidak bisa dipungkiri bahwa sektor *retail* saat ini banyak meraup keuntungan yang besar malalui jalur ini. Jadi jika perusahaan ingin intensif menggiatkan pada pusat laba tidak semata-mata ingin meraih laba besar, tetapi dengan tingginya volume penjualan walaupun laba per item relatif kecil maka akan dapat memaksimalkan laba terutama dalam jangka panjang.

Perusahaan yang bergerak di bidang makanan tidak dapat menghindar dari penggunaan peralatan dalam proses produksi yang membutuhkan pembiayaan (*financing*) yang relatif mahal, karena peralatannya spesifik sehingga membutuhkan pemesanan khusus untuk pengadaanya. Pengadaan peralatan yang merupakan *asset* perusahaan itu biasanya melalui pemanfaatan fasilitas perbankan yaitu kredit sehingga menimbulkan beban biaya berupa biaya bunga pinjaman, biaya akumulasi penyusutan, biaya perawatan, dan biaya perbaikan jika terjadi kerusakan. Upaya maksimalisasi laba lebih banyak ditekankan pada efisiensi biaya seperti melakukan perawatan secara rutin agar peralatan tidak cepat rusak

atau aus yang dapat menimbulkan biaya besar. Tidaklah jauh berbeda jika pengadaan peralatan dilakukan secara tunai maka tidak ada biaya bunga pinjaman, tetapi pengeluaran biaya lainnya relatif sama. Alternatif pembiayaan lainnya untuk peralatan dan aset tetap lainnya dapat dilakukan melalui *leasing* atau menyewa, upaya memaksimalkan laba dapat dilakukan jika perusahaan leasing dapat menanggung beban biaya pemeliharaan dan perbaikan atas aset tetap seperti mesin, alat angkut, kendaraan dll.

Aktivitas apapun yang dilakukan perusahaan yang sifatnya merupakan kebijakan yang dapat meningkatkan rentabilitas atau *rate of return on investment (ROI)* sebagai upaya memaksimalkan laba sebaiknya harus dievaluasi dan dianalisis secara periodik agar kebijakan tersebut tetap efektif pelaksanaannya.

Maksimalisasi Laba Melalui Pemanfaatan SDM Sebagai Kesuksesan Manajer Dalam Menetapkan *Goal Setting*

Maju mundurnya sebuah perusahaan tergantung pada sebuah tim kerja yang kompak dalam sebuah wadah kegiatan yang dikomandoi oleh seorang *leader* atau *manager* yang cakap juga harus memiliki kemampuan *managerial* yang tangguh, demikian pula hal ini juga berlaku pada perusahaan produk makanan seperti camilan.

Sumber daya manusia (SDM) pada perusahaan produk camilan hendaknya memiliki sikap mental *entrepreneurship* sebagai wirausaha yang didukung dengan pengetahuan dan keterampilan yang memadai bukan dalam bidangnya, melainkan juga ilmu bagaimana menjadi penjual yang tangguh agar memiliki mental yang kuat, jujur dan berakhlak, menjunjung tinggi etika dan etiket sebagai duta perusahaan ditengah masyarakat.

SDM perusahaan hendaknya memahami nasabah atau pelanggan adalah sumber kehidupan perusahaan, sehingga lahirah adagium seperti nasabah adalah raja atau nasabah adalah boss yang sesungguhnya, maka pada dasarnya ia bekerja untuk kepuasan nasabah. Semua adagium tersebut diatas, akan kita peroleh jika kita mampu memberikan pelayanan yang prima, kepuasan yang berkesinambungan, dan hubungan baik berkepanjangan.

Kenalilah nasabah dengan mengingat nama, karena nama adalah kebanggaan bagi setiap orang, apalagi jika kita ingat akan panggilan yang disenanginya. Karena karyawan yang cerdas sebagai wakil perusahaan, sebaiknya menanyakan namanya dan nama panggilan akrab yang disenanginya. Ada baiknya juga jika perusahaan memiliki catatan khusus mengenai nasabahnya seperti tanggal kelahirannya, alamat, atau emailnya. Dan ingat momentum yang paling memikat, yaitu adalah hari ulang tahunnya dan perusahaan bisa memberikan hadiah berupa buku yang disenanginya atau contoh produk terbaru kita.

Jadikanlah karyawan menjadi SDM yang tangguh dan tegar yang memiliki dan memahami kebutuhan nasabah jika memerlukan *product knowledge*, mengembangkan sikap persistensi dan keinginan yang mantap,

dapat melakukan hubungan penjualan, dapat memberi keputusan tentang pesanan, dan bersiap melakukan sebanyak mungkin hubungan penjualan untuk mendapatkan pesanan.

Setiap SDM hendaknya mencintai pekerjaan, karena SDM adalah ujung tombak perusahaan maka pada umumnya tugas karyawan datang lebih awal, mengisi absen, Untuk karyawan yang bertugas di lapangan menyiapkan tugas lapangan hari ini, lalu melapor dan pamit pada atasan. Sekilasnya, tampaknya pekerjaan SDM perusahaan Anda melebihi karyawan pada umumnya. Tetapi itulah SDM perusahaan Anda yang harus bekerja keras, dan bekerja penuh dedikasi dan menghayati pekerjaan yang baik dan mandiri.

Tegakkan panji perusahaan, SDM merupakan duta perusahaan, maka harus tampil 100% membawakan wajah perusahaan anda secara total yaitu tampil sebagai wakil perusahaan, lengkap dengan produk dan pelayanannya, menghayati visi misi perusahaan, harus dapat memahami dan menyesuaikan diri dengan budaya perusahaan.

Berikan keyakinan dan pengetahuan agar setiap SDM dapat melayani tiap orang atau nasabah dengan istimewa selama tidak bertentangan dengan kebijakan SOP perusahaan, terutama dalam aktivitas pergaulan sebaiknya jangan ada diskriminasi. Namun dalam kenyataan pasti ada nasabah yang perlu pelayanan khusus dan memiliki keistimewaan tetapi jangan sampai terjadi dalam menghadapi nasabah ada diskriminasi dalam konotasi negative. Untuk nasabah yang perlu pelayanan khusus atau nasabah istimewa berikan tingkat harga yang khusus selama tidak menyimpang dengan kebijakan harga yang ditentukan perusahaan, dan menanyakan kepada nasabah yang dalam katagori istimewa apakah ada keluhan dengan pelayanan perusahaan. Dalam upaya memelihara nasabah dengan katagori khusus tersebut sekali waktu pada momentum tertentu dapat mengunjungi kediaman dan keluarganya.

Biasakan dan berikan pengetahuan kepada SDM selalu bersikap santun seperti selalu menjaga etiket dan etika, berpakaian sopan saat bertugas, tidak mendiskredit orang lain terutama menjelekkan pesaing, tidak merokok secara serampangan karena tidak semua orang senang pada rokok. Setiap SDM supaya menjaga pembicaraan agar tidak menggossip yang mungkin tidak disenangi orang lain.

Jangan meremehkan data base SDM pada semua komponen perusahaan, SDM merupakan wakil perusahaan dan dapat berperan sebagai tenaga penjual yang handal, sudah selayaknya mengenal berbagai masalah yang penting hubungannya dengan perusahaan, seperti *product knowledge*, laporan keuangan, *company profile* dll. Hal ini karena data base SDM merupakan bahan analisis sebagai titik tolak untuk memahami berbagai masalah dalam perusahaan.

Salah satu sikap yang perlu dimiliki oleh SDM adalah hiraukan relasi pelanggan, karena setiap pelanggan terdiri dari berbagai profesi tentulah mempunyai komunitas dan relasi, baik sebagai konsumen

langsung maupun sebagai pedagang lagi. Manfaat mengetahui relasi nasabah diantaranya sebagai sumber data dan informasi untuk melakukan riset pemasaran, mengetahui seberapa besar aktivitas usaha nasabah dan seberapa luas jaringan kerjanya. Relasi nasabah merupakan sumber informasi karena dari relasi nasabah akan diketahui perputaran usaha nasabah dan perkembangan usaha diberbagai sektor dll.

Jika masih ditemukan rendahnya SDM yang berkualifikasi kompeten atau terampil dalam pengolahan proses produksi atau bidang lainnya seperti tenaga administrasi, pergudangan, marketing dll. yang faham dengan core bisnis makanan camilan, hal tersebut diatas tidak luput dari perhatian manajemen dengan kiat bagaimana manajer menetapkan *goal setting* secara praktis dan efektif, dimulai dari: Kenali diri dan nilai kualitas diri, manajer harus tahu benar kompetensi dirinya demikian pula SDM yang dikelolanya seberapa jauh pemahaman dan kemampuan kompetensi yang dimilikinya terutama yang berhubungan perusahaan atau industri yang berbasis pada produksi makanan camilan. Tentukan tujuan hidup Manajer serta nilai kehidupan yang inginkan, artinya seorang manajer sebelum menentukan tujuan perusahaan dia harus menetapkan lebih dahulu tujuan hidupnya. Kembangkan visi, maksudnya walaupun visi telah ditetapkan dalam rencana strategik perusahaan tetapi dalam pelaksanaannya dapat dikembangkan sesuai perkembangan dan pertumbuhan perusahaan dari waktu ke waktu. Tetapkan tujuan secara objektif dan dapat diukur, dalam menetapkan tujuan manajer harus objektif dan dapat diukur melalui studi banding dengan industri makanan camilan atau sejenisnya (*Benchmarking*). Kembangkan rencana pribadi yang strategis, setiap pribadi memiliki rencana strategis yang patut dikembangkan sesuai karier yang sebaiknya linier dengan kompetensi yang ada pada pribadinya karena hal ini akan memberikan nilai positif bagi perusahaan. Pelihara motivasi diri secara konsisten, manajer sebagai SDM perusahaan hendaknya selalu memotivasi diri secara konsisten karena dia adalah *role model* bagi SDM lainnya. Disiplinkan diri, SDM disiplin dalam bekerja adalah merupakan suatu keharusan karena dalam perusahaan yang berbasis makanan camilan jika tidak disiplin akan beresiko hasil produksi maupun bahan baku akan menjadi busuk sesuai sifat atau karakteristik makanan.

Berbagai pembahasan di atas merupakan sebagian dari upaya strategik bagaimana memaksimalkan laba melalui pusat kegiatan yang dianggarkan perusahaan dan memanfaatkan secara efektif SDM perusahaan.

Simpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan bagian upaya strategik perusahaan dalam memaksimalkan laba melalui kegiatan yang dianggarkan perusahaan yaitu melalui pemanfaatan bahan baku dan bahan pembantu seefektif mungkin, penetapan jumlah karyawan, beban kerja dan jam kerja yang tepat akan sangat menentukan efisiensi biaya tenaga kerja, biaya pemasaran yang dikeluarkan harus benar-benar efektif dalam mem *back up*

aktivitas marketing yang dilakukan perusahaan, meningkatkan volume penjualan sejalan dengan target yang telah ditetapkan menjadi keharusan bagi manajemen dalam memaksimalkan laba yang berpusat pada sektor pendapatan, laba yang diperoleh perusahaan tergantung upaya dan kebijakan manajemen dalam menjalankan usaha dan menyikapi kondisi ekonomi serta persaingan yang ada di pasar, penggunaan peralatan dalam proses produksi yang membutuhkan pembiayaan (*financing*) yang relatif mahal, karena peralatannya spesifik sehingga membutuhkan pemesanan khusus untuk pengadaanya.

Upaya maksimalisasi laba telah dilakukan SDM dapat berjalan dengan baik, hal ini merupakan langkah keberhasilan manajer atau pimpinan perusahaan dalam menetapkan *goal setting* dengan keberadaan SDM yang tangguh dan tegar yang memiliki dan memahami kebutuhan nasabah, walau masih ditemukan rendahnya SDM yang berkualifikasi kompeten atau terampil dalam pengolahan proses produksi atau bidang lainnya seperti tenaga administrasi, pergudangan, marketing dll. yang faham dengan core bisnis makanan camilan.

Memperhatikan berbagai masalah yang disimpulkan di atas maka dapat diberikan rekomendasi bahwa kelangsungan usaha perusahaan yang berbasis pada makanan camilan agar menjaga dan berusaha yang selalu meningkatkan profitabilitas melalui bagaimana strategi manajemen dengan mencermati strategi pada berbagai kegiatan pada pusat-pusat anggaran yang dapat meningkat *Rate of Return on Investment* (ROI).

Rekomendasi untuk manajemen SDM untuk perusahaan yang berbasis pada makanan camilan ini membutuhkan SDM yang berkualifikasi kompeten dibidangnya dengan manajer yang menetapkan *goal setting* yang tepat sasaran sesuai visi dan perencanaan stratejik (*renstra*) yang telah ditetapkan perusahaan.

Daftar Pustaka

- Arfan. (2009). Akuntansi Keperilakuan. Jakarta: Salemba Empat.
- Crumbley, D. L. (2003). Seri Bisnis Barron Laba Atas Investasi dan Perencanaan Perusahaan. Jakarta: Gramedia.
- Kuswandi. (2005). Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Rivai, H. V. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia bagi Perusahaan. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Soemarso, S. (2010). Akuntansi Suatu Pengantar. In S. Soemarso. Jakarta: Salemba Empat.
- Walter T. Harrison jr., C. T. (2012). Akuntansi Keuangan. Jakarta: Erlangga.