

PENGARUH ASPEK MANAJEMAN TERHADAP USAHA ZALONA STORE

**Andini Aprilia¹, Agung Sudrajat², Farihatul Wardah³, Ika Mu'tiah
Indriani⁴, Risma Andayani⁵, Rita Ningsih⁶, Arfatin Nurrahmah⁷**

**Program Studi Pendidikan Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu
Pengetahuan Alam**

Universitas Indraprasta PGRI

Email: agungsdrajt@gmail.com

Dikirim : 29 Nov 2022 Direvisi : 30 Des 2022 Dipublikasikan : 31 Des 2022

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kaingintahuan mengenai aspek manajemen dalam berwirausaha dan sejarah berdirinya suatu usaha yaitu Zalona Store. Zalona Store merupakan usaha di bidang fashion muslimah yang sudah berjalan selama lima tahun dan sekarang berdiri sebagai PT. Ezana Jaya Nusantara. Tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini yaitu untuk Mengetahui aspek manajemen produksi dan pemasaran pada usaha di bidang fashion Muslimah serta untuk mengetahui sejarah berdirinya Zalona Store. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif yaitu dengan cara pengumpulan data. Teknik yang digunakan dengan cara observasi, wawancara dan analisis dokumen berupa brosur dan proposal bisnis. Hasil penelitian ini menunjukkan Zalona Store memproduksi berbagai macam pakaian muslimah dan setiap tahunnya terdapat peningkatan terhadap model atau jenis pakaiannya.

Kata Kunci: Aspek Manajemen, Usaha, Store

A. PENDAHULUAN

Berawal dari seorang ibu rumah tangga yang menjalankan bisnis sampingan dari rumah untuk mengisi waktu luang. Hingga saat ini sudah memiliki perusahaan dan mendirikan Zalona Store menangkap peluang pada perkembangan tren dan fashion. Karena semakin tingginya antusias para customer mengenai pakaian syar'i oleh karena itu Zalona Store berkomitmen untuk terus berinovasi dalam memberikan yang terbaik sesuai keinginan dan kebutuhan para customer.

Zalona sangat mengerti kebutuhan Muslimah Indonesia. Bagi mereka, tidak perlu berkompromi pada pilihan antara harga atau kualitas karena di Zalona Store setiap muslimah bisa mendapatkan keduanya sekaligus yaitu kualitas premium

dan harga terjangkau. Jika menemukan barang cacat, mereka siap mengganti ongkos kirimnya. Ditambah komitmen mereka untuk memberikan banyak pilihan produk setiap bulannya dengan pelayanan yang sangat cepat. Zalona *Your Trusted Moeslem Wear* atau baju muslim kepercayaan anda. Karena Zalona sangat memperhatikan kualitas, keinginan serta kebutuhan akan baju muslimnya tidak perlu diragukan lagi.

Banyak tantangan yang dihadapi oleh Zalona Store dalam mengembangkan usaha mereka, namun seperti kata pemilik Zalona Store yaitu Ibu Wilona dalam menjalankan usaha mereka selalu mensikapi setiap cobaan sebagai tantangan, yang berhasil membawa mereka dari awalnya penjualan satu sampai dua paket perhari, kini sudah berhasil mendirikan perusahaan sendiri dengan belasan karyawan. Zalona Store berhasil menjaring banyak *reseller* dengan sistem kemitraan mereka yang kini telah semakin berkembang dengan didukung sistem manajemen orderan yang baik oleh *Smart Seller*.

B. KAJIAN PUSTAKA

Manajemen Bisnis

a. Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari kata manage (bahasa latinnya: manus) yang berarti: memimpin, menangani, mengatur, atau membimbing. Definisi manajemen menurut Terry (1972) yaitu “sebuah proses yang khas dan terdiri dari tindakan-tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, pengaktifan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.”

Griffin (2004), mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (*goals*) secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal.

Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok kearah tujuan-tujuan organisasional seperti menjalankan dan menilai strategi perencanaan yang telah dikonsep agar pelaksanaannya sesuai arahan

b. Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen adalah proses dinamis yang meliputi banyak elemen dan kegiatan. Secara garis besar, fungsi-fungsi manajemen merupakan proses dari suatu aktivitas yang dilakukan dengan merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, sampai dengan pengendalian.

1. Perencanaan

Perencanaan (*planning*) dalam prosesnya memperhatikan beberapa sisi atau aspek yaitu pendekatan pembuatan perencanaan, fungsi dari perencanaan, jangka waktu dan tingkatan dari perencanaan yang dilakukan. Proses tersebut dapat menghasilkan perencanaan yang akan bermanfaat untuk proses manajemen.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian (*organizing*) dilakukan baik pada saat mendirikan sebuah bisnis maupun secara berkala saat bisnis sudah berjalan. Aspek yang harus diperhatikan dalam pengorganisasian yaitu langkah dalam pengorganisasian, asas organisasi, struktur organisasi dan prestasi organisasi. Pengorganisasian menghasilkan sebuah struktur yang disesuaikan dengan perencanaan yang telah dibuat.

3. Penggerakan

Penggerakan (*actuating*) memiliki dua fungsi, yaitu fungsi penggerakan dan fungsi kepemimpinan. Fungsi penggerakan meliputi mempengaruhi orang sebagai pengikut, melakukan dorongan pada orang, membiasakan orang mengerjakan tugas dengan baik, menciptakan kesetiaan terhadap organisasi dan menciptakan rasa tanggung jawab. Kepemimpinan menurut Stoner dalam Husein Umar (2015) yaitu suatu proses pengarahan serta usaha yang dilakukan untuk memberikan pengaruh terhadap aktivitas yang memiliki hubungan dengan anggota dalam kelompok. Proses pelaksanaan penggerakan atau *actuating* dilakukan berdasarkan kepada perencanaan yang telah dibuat.

4. Pengendalian

Pengendalian (*controlling*) memiliki fungsi yang sangat penting yaitu mencegah terjadinya kesalahan atau penyimpangan, memperbaiki kesalahan atau penyimpangan, membuat organisasi menjadi dinamis dan menumbuhkan rasa tanggung jawab. Proses pengendalian yang efektif serta efisien dapat membuat tujuan perusahaan tercapai dengan baik.

c. Aspek Manajemen Bisnis

1. Manajemen Produksi

Aspek manajemen produksi dalam manajemen bisnis merupakan pengaturan serta perencanaan baik dari segi ketersediaan bahan baku dan bahan yang siap untuk dipasarkan pada sebuah perusahaan bisnis. Manajemen bisnis dalam bidang produksi terkait bagaimana proses produksi berlangsung dengan baik sehingga dapat menghasilkan suatu produk atau layanan yang diminati oleh konsumen.

2. Manajemen Pemasaran

Aspek manajemen pemasaran dalam manajemen bisnis merupakan segala perencanaan, target, tujuan dan hasil dari proses

pemasaran atau marketing. Proses penjualan yang meningkat serta upaya dalam rangka memperkenalkan produk kepada konsumen merupakan sebuah target utama dari manajemen pemasaran. Adanya manajemen pemasaran yang baik, maka sebuah perusahaan bisnis akan mengalami kondisi baik dari segi pemasukan atau income yang diperoleh perusahaan bisnis. Manajemen pemasaran memegang peranan yang sangat vital dan penting terhadap kelangsungan eksistensi sebuah perusahaan bisnis. Produk bisnis yang berkualitas pun tak luput dari manajemen pemasaran yang terus berinovasi dalam merancang sebuah manajemen bisnis yang baik dibidang manajemen pemasaran.

3. Manajemen distribusi

Aspek manajemen distribusi dalam manajemen bisnis memegang peranan yang penting untuk mendukung manajemen pemasaran. Meskipun pemasaran sudah berjalan dengan baik, apabila manajemen distribusi terhambat, maka proses marketing akan terganggu. Alur distribusi barang produksi atau layanan jasa kepada konsumen sangat ditentukan bagaimana perusahaan bisnis merancang strategi manajemen distribusi yang baik bagi perusahaan bisnis.

4. Manajemen Finansial

Aspek manajemen finansial dalam manajemen bisnis memegang peranan yang penting dalam segi transparansi dan pengelolaan sirkulasi keuangan sebuah perusahaan bisnis. Manajemen finansial / keuangan berkaitan dengan bagaimana mengatur keuangan perusahaan bisnis agar dapat terpakai secara baik dan tepat untuk kebutuhan perusahaan sesuai dengan anggaran yang dimiliki perusahaan bisnis.

C. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif. Menurut David Williams (1995) penelitian kualitatif adalah upaya peneliti mengumpulkan data yang didasarkan pada latar alamiah. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara observasi, wawancara dan melakukan analisis beberapa dokumen seperti brosur dan proposal bisnis. Langkah yang dilakukan saat penelitian yaitu dengan cara mengunjungi tempat usaha yaitu zalona store untuk melakukan observasi, Langkah selanjutnya melakukan kegiatan wawancara yang dilakukan secara tatap muka atau secara langsung kepada pemilik usaha, dengan melontarkan beberapa pertanyaan mengenai manajemen usaha yang sedang ia jalankan. Dan melakukan analisis dokumen sebagai pelengkap data penelitian.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Zalona adalah Brand Lokal Indonesia yang menciptakan desain pakaian simpel dan elegan dengan kualitas jahitan terbaik serta harga terjangkau. Semua

produk zalona di produksi sendiri pakaian dan hijabnya, sehingga kami dapat memastikan kualitas tetap terjaga. Produk buatan asli dari Zalona sejak tahun 2018 hingga tahun 2020 dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1.

List produk Zalona tahun 2018-2020

NO	TAHUN PRODUKSI	NAMA PRODUK
1.	Tahun 2018	· Homedress Camillia Flowers · Homedress Camillia Stripe · Homedress Eizura · Homedress Sahira
2.	Tahun 2019	· Restok Homedress Camillia Stripe · Atalia Premium (Dress + Khimar) · Sarimbit Wilza (Dress + Khimar + Koko) · Sarimbit Media (Dress + Khimar + Koko) · Azalea Series (Homedress + Pajamas) · Khanza Series (Dress + Khimar) · Shaima Series (Dress + Khimar) · Ashira Series (Dress + Khimar) · Naira Series (Homedress + Pajamas) · Restok Homedress Camillia Flowers · Nelsya Series (Homedress + Pajamas)
3.	Tahun 2020	· Sarimbit Asyika · Aisy Series (Dress + Khimar) · Eltiya Series (Dress + Khimar) · Khimar Husna · Dress Veila · Pajamas Viralia

Zalona membuka peluang usaha untuk seluruh muslimah yang mau bergabung dalam kemitraan mereka dengan banyak kemudahan dan keuntungan yang di dapat, seperti:

1. Keuntungan yang cukup besar
2. Produk berkualitas tinggi dan sangat diminati Muslimah di Indonesia dan Mancanegara (mudah, cepat terjual dan repeat order tinggi)
3. Berhak bergabung dalam grup besar Zalona teammate memperluas jaringan.
4. Mendapatkan pembinaan bisnis online secara berkala. (belajar ilmu bisnis online dan saling sharing pengalaman bisnis)
5. Mendapatkan akses katalog Online Zalona yang memudahkan untuk cek stok dan order
6. Konten iklan disediakan dari pihak zalona

7. Minim resiko karena tidak wajibkan untuk men-stock barang
8. Bisa dropship, tidak perlu packing
9. Ada reward penjualan

Bidang usaha, seperti Zalona store memiliki beberapa prinsip dagang sebagai berikut:

1. Memulai suatu usaha harus dari nol
Memulai usaha bisnis sendiri dari nol memang bermanfaat sekaligus menantang. Kita harus tepat dalam menentukan cara memulai usaha Selain harus memperoleh dana, waktu, dukungan pribadi, dan dukungan profesional yang memadai, kita harus memilih struktur bisnis dan memikirkan hal-hal seperti pajak dan pembukuan. Memulai bisnis dapat menimbulkan tantangan yang tidak terduga maka dari itu kita harus mempersiapkan diri untuk apa yang mungkin terjadi. Salah satu cara memulai usaha bisnis yaitu memilih ide bisnis yang tepat dan membuat perencanaan bisnis yang matang.
2. Ketekunan
Menjalankan sebuah bisnis membutuhkan cara yang kreatif, fleksibel, sekaligus menantang untuk menjadi bos dan menentukan masa depan bagi diri sendiri. Untuk itu dibutuhkan keberanian, tekad, dan keinginan untuk menjadi seorang pengusaha. Selalu ada harga yang harus dibayar untuk berhasil dalam bisnis apapun. Ketekunan sangat penting dalam sebuah bisnis, bahkan ketekunan melampaui gairah dan perencanaan. Ketekunan adalah unsur penting yang harus dimiliki setiap pengusaha. Memulai bisnis memang tidak mudah, ada banyak risiko dalam prosesnya dan membutuhkan ketekunan. Memulai bisnis membutuhkan komitmen waktu yang tidak sedikit. Kesabaran dan ketekunan merupakan kunci yang akan membawa Anda menuju keberhasilan. Setelah Anda meraihnya, semua waktu yang Anda habiskan tidak akan menjadi sia-sia.
3. Dorongan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari
Manusia dikatakan sebagai makhluk sosial, karena pada diri manusia ada dorongan dan kebutuhan untuk berhubungan dengan manusia lainnya. Hubungan dengan manusia lain tidak lepas dengan rasa ingin tahu terhadap lingkungan sekitarnya. Dalam rangka mengetahui gejala-gejala yang ada di lingkungan menuntut manusia untuk berkomunikasi. Di dalam kehidupan manusia, komunikasi merupakan hal yang sangat penting karena komunikasi merupakan wahana utama dari kegiatan dan kebutuhan manusia sehari-hari terutama dalam usaha bisnis. Komunikasi adalah alat hidup bagi kepentingan manusia karena manusia yang tidak dapat berdiri sendiri, tetapi ia senantiasa memerlukan dan membutuhkan bantuan orang lain. Hubungan antar individu agar terjalin secara harmonis dengan

lingkungan sosialnya, individu dituntut mampu menguasai keterampilan komunikasi antar pribadi dengan baik.

E. SIMPULAN

Zalona adalah Brand Lokal Indonesia yang menciptakan desain pakaian simple & elegan dengan kualitas jahitan terbaik serta harga terjangkau. Zalona membuka peluang usaha untuk seluruh muslimah yang mau bergabung dalam kemitraan. Berawal dari seorang ibu rumah tangga yang menjalankan bisnis sampingan dari rumah untuk mengisi waktu luang. Hingga saat ini sudah memiliki perusahaan dan mendirikan Zalona Store dengan menangkap peluang pada perkembangan tren dan *fashion*. Zalona Store Memiliki beberapa prinsip diantaranya, memulai suatu usaha harus dari nol, ketekunan, dorongan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Deepublish. (2021). Cara Menulis Abstrak Karya Tulis Ilmiah, Skripsi, dan Paper. Diakses 27 November 2022, dari <https://penerbitdeepublish.com/tips-menulis-abstrak-karya-ilmiah/>
- Hastowiyono. (2019). *Analisis Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia BUMDesa*. Forum Pengembangan Pembaharuan Desa(FPPD)
- Irene Radius S. (2022). *Manajemen Bisnis: Pengertian, Fungsi, hingga Perencanaannya*. Diakses 27 November 2022, dari <https://www.cermati.com/artikel/manajemen-bisnis>
- Ruslan, Rosady. (2005). *Manajemen Publik Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindi Persada.
- Terry, George R. (1996) *Dasar-dasar Manajemen, Terjemahan G.A. Ticoalu*. Jakarta: Bumi Aksara.