

ANALISIS SISTEM PENGENDALIAN MANAJEMEN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA KEDAI KOPI LEDOKAN DI BINANGUN BLITAR

Novita Anjarsari, Risky Nurfadila, Iswatul Saldina

Sistem Pengendalian Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tulungagung

Abstract

The purpose of this study was to determine how and how influential the use of management control systems (SPM) and marketing strategies applied to the Ledokan Binangun Blitar Coffee Shop to improve quality in order to survive in similar coffee shop business competition. Management control systems provide a way to control company performance. The basis for creating balance and conformity to achieve effectiveness and efficiency in order to achieve maximum corporate profits. In business management, we address not only internal issues but also external issues such as the surrounding competitive power. High competitiveness allows companies to maintain business continuity. By using and using qualitative data in the form of some basic analysis from field interviews. As a result, it was found that the Redocan Coffee Shop business management system had a positive effect on competitiveness. Because the business management process is related to management activities to form a good coffee shop, marketing management can do the work and develop strategies to improve competitiveness effectively and efficiently, you can also thrive.

Keywords: *Management Control System, Competitiveness, Marketing*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dan seberapa pengaruh dari penggunaan sistem pengendalian manajemen (SPM) dan strategi pemasaran yang diterapkan pada Kedai Kopi Ledokan Binangun Blitar untuk meningkatkan kualitas agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis kedai kopi yang serupa. Sistem pengendalian manajemen menyediakan cara untuk mengendalikan kinerja perusahaan. Landasan untuk menciptakan keseimbangan dan kesesuaian untuk mencapai efektivitas dan efisiensi guna mencapai keuntungan perusahaan yang sebesar-besarnya. Dalam manajemen bisnis, kami tidak hanya mengatasi masalah internal tetapi juga masalah eksternal seperti daya persaingan di sekitar. Daya saing yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk menjaga kelangsungan usaha. Dengan memakai dan menggunakan data kualitatif berupa beberapa analisis dasar dari wawancara lapangan. Hasilnya, ditemukan bahwa sistem manajemen bisnis Redocan Coffee Shop berpengaruh positif terhadap daya saing. Karena proses manajemen bisnis terkait dengan kegiatan manajemen untuk membentuk kedai kopi yang baik, manajemen pemasaran dapat melakukan pekerjaan dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan daya saing secara efektif dan efisien, Anda juga dapat berkembang.

Kata kunci: *Sistem Pengendalian Manajemen, Daya Saing, Pemasaran*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, perkembangan ekonomi mengalami kemajuan pesat di berbagai belahan dunia. Dalam bisnis, jual beli barang dan juga jasa adalah gratis, dan memiliki persaingan yang

semakin ketat. Perusahaan yang dapat bertahan adalah yang tetap saling berhubungan dan meningkatkan jumlah pelanggan setia, yang dapat menjadi kunci karakteristik berbeda sebagai ciri khas pelaku bisnis. Suatu perusahaan atau bisnis yang ingin sukses dan populer perlu ciri khas yang dikenal oleh masyarakat dan dapat membuat produk dari usaha atau bisnis tersebut berbeda dengan bisnis yang lain yang mungkin sejenis. Untuk mendapatkan lebih perhatian dan menarik konsumen sehingga mau untuk membeli produk yang dimiliki, perusahaan atau bisnis tersebut harus terlebih dahulu menentukan tujuan, strategi- strategi yang akan dipakai di dalam bisnisnya. Kelebihan kompetitif mudah dirusak oleh tindakan pesaing. Penting untuk dipahami bahwa lingkungan kompetitif adalah tempat untuk mengejar keunggulan kompetitif.

Kopi merupakan minuman yang terbuat dari pengolahan biji kopi terlebih dahulu sebelum dapat dinikmati. Biji kopi yang digunakan terbuat dari biji kopi yang sudah matang dari pohon dan kemudian dipetik untuk diolah ke proses selanjutnya. Dengan melalui proses pengupasan kulit yang dipisahkan dan selanjutnya biji tersebut dikeringkan. Selesai tahap pengeringan, dilanjutkan dengan proses roasting kopi dengan tujuan untuk mendapatkan rasa dan aroma kopi yang lebih nikmat. Saat ini dikenal dua jenis kopi yaitu kopi arabika dan kopi robusta. Kopi arabika merupakan kopi yang terbuat dari biji kopi yang didapat dari pohon kopi yang biasanya berada di dataran tinggi, dan sedangkan kopi Robusta merupakan kopi yang terbuat dari biji kopi yang diambil dari pohon kopi yang biasanya di tanam di dataran rendah. Bagi masyarakat Indonesia, kopi adalah salah satu tradisi yang sudah turun temurun dari jaman dahulu yang mana kopi juga merupakan komoditas penting dalam sebuah sektor pertanian, karena kopi memegang sebuah peranan penting dalam perkembangan perekonomian nasional yang berfungsi dan bertujuan sebagai penambah sumber devisa negara. Karena, kopi merupakan komoditas yang memiliki kemampuan yang dapat menembus pasar perdagangan internasional sebagai salah satu barang ekspor.

Ekspor kopi yang dilakukan oleh Indonesia membuat ekspor kopi indonesia dapat termasuk ke dalam negara pengekspor terbesar keempat di dunia setelah negara pertama Brazil, kedua Vietnam dan ketiga Kolombia sebagai pengekspor terbesar di dunia. Warga masyarakat Indonesia biasanya menghabiskan atau mengisi waktu luang dengan mengunjungi tempat belanja, melakukan interaksi dengan warga sekitar, pergi ke tempat hiburan atau tempat wisata dan biasanya menghabiskan waktu dengan bersantai di sebuah kedai kopi favorit mereka. Kebutuhan untuk mendukung konsumsi masyarakat positif bagi pengusaha kuliner Indonesia, antara lain kuliner khas daerah. Kuliner dengan inovasi terbaru, dan pengusaha kuliner termasuk budaya yang mempengaruhi perekonomian Indonesia. Indonesia memiliki berbagai jenis kopi yang terkenal di dunia seperti Kopi Gayo, Kopi Mandarin, Kopi Lampung, Kopi Toraja dan Kopi Luwak, yang memiliki

cita rasa dan aroma yang unik tergantung dari tampilan geografisnya. Hal ini membuktikan bahwa seiring berjalannya waktu, minum kopi tidak lagi hanya menjadi pilihan orang tua, dan anak muda kini sudah sangat akrab dengan kopi dan sudah menjadi bagian dari gaya hidup modern.

Kedai kopi telah dikenal masyarakat Indonesia selama ratusan tahun, mulai dari daerah pedesaan hingga perkotaan. Banyak sekali kafe di perkotaan kerap dijadikan tempat pertemuan warga masyarakat perkotaan dan warga desa. Sedangkan di pedesaan, kafe atau biasa dikenal dengan sebutan warung kopi (warkop) tumbuh subur di sore hari setelah petani kembali dari ladang untuk mengobrol. Sejak tahun 2002, kedai kopi lokal telah bermunculan di berbagai kota di Indonesia. Dari mulai kafe pinggiran kota hingga kafe mewah yang menyajikan kopi menggunakan berbagai teknik pembuatan kopi masa kini dengan sentuhan modern dan juga dengan sederhana. Semakin banyak kafe yang ada, maka semakin banyak pula pengusaha yang akan bersaing untuk menguasai pasar. Persaingan seperti ini bisa sangat sulit, terutama dalam memperebutkan lokasi yang strategis.

Dengan adanya penyedia bisnis kopi atau supplier yang menawarkan paket lengkap untuk kebutuhan kopi akan membuat segalanya menjadi lebih mudah, dan para pengusaha kopi semakin tergoda serta bersemangat untuk memulai bisnis dengan melihat pilihan yang tersedia. Kabupaten Blitar memiliki kopi lokal yang terkenal yaitu Kopi Arbilest (Arabika Lestari), sehingga membuat warga desa Sambigede di kecamatan Binangan Kabupaten Blitar terbiasa minum kopi setiap hari. Warga Desa San Vigede di Kecamatan Binangan Kabupaten Blitar biasanya hanya mengunjungi warung sederhana untuk minum kopi dan hang out bersama teman-teman. Mayoritas pengunjung kedai kopi adalah laki-laki dengan jumlah menu minuman yang terbatas.

Melihat situasi tersebut, pemilik kafe Ledokan di Desa Sambigede, Kecamatan Binangan, Kabupaten Blitar melihat peluang untuk mendirikan kedai kopi modern, dengan suasana baru bagi warga desa Sambigede. Kafe Ledokan modern ini menawarkan apa yang sebelumnya tidak tersedia di daerah desa Sambigede, seperti tempat yang luas, fasilitas lengkap, menu makanan dan minuman yang bervariasi dan yang terpenting, dapat diakses oleh siapa saja. Hal tersebut membuat masyarakat sangat antusias dengan keberadaan kafe ini. Seiring berjalannya waktu, banyak para pengusaha kopi baru bermunculan di desa Sambigede. Dengan banyaknya pesaing, pemilik usaha harus memiliki selera dan kualitas pelayanan yang baik, atau harus memiliki inovasi-inovasi terbaru yang tidak tersedia di tempat pesaing lain, hal ini menjadi dasar untuk merebut hati masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem pengendalian manajemen dalam meningkatkan daya saing kopi Ledokan.

Kajian Teori

Sistem

Sistem merupakan sekumpulan elemen yang saling berhubungan yang bekerja sama untuk mengolah masukan (input) ke sistem dan mengolah masukan tersebut untuk menghasilkan keluaran (output) yang diinginkan. (Putri, 2014).

Sistem dapat diartikan sebagai suatu kumpulan atau himpunan dari unsur atau variable-variable yang saling terorganisasi, saling berinteraksi dan saling bergantung sama lain (Adhi, 2020). Selain itu, Sistem merupakan gabungan dari berbagai elemen yang bersatu untuk mencapai tujuan tertentu. Sistem ini menjelaskan berbagai kejadian kesatuan yang nyata adanya, meliputi tempat, benda dan juga orang yang memang ada dan terjadi. Suatu sistem dapat diartikan juga sebagai suatu kumpulan atau himpunan dari unsur, komponen, atau variable yang terorganisir, saling berinteraksi, saling bergantung satu sama lain, dan terpadu. Berdasarkan pengertian sistem yang dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa sistem merupakan kumpulan dari beberapa elemen yang mempunyai keterkaitan satu dengan yang lainnya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Pengendalian Internal

Menurut (Prabowo et al., 2021) pengendalian internal yaitu merupakan suatu penerapan metode oleh direksi, manajemen, serta pimpinan dengan cara memberi sebuah rasa optimis dalam mencapai tujuan, seperti: Keefektivan serta operasi yang tepatguna, Ketepatan pada pelaporan keuangan tahunan, Kepatuhan akan hukum serta aturan.

Sistem pengendalian manajemen

Pengendalian manajemen merupakan kegiatan pembentukan dan juga pengontrolan pada suatu organisasi, terletak di antara keduanya, yaitu perumusan atau perencanaan strategi yang dilaksanakan oleh manajemen puncak dan pengendalian tugas-tugas yang dilakukan oleh manajemen/operasi yang lebih rendah. Untuk memahami pengertian pengendalian manajemen, pertama-tama harus dibedakan dari dua kegiatan lainnya yaitu perumusan strategi dan pengendalian misi. Selain itu, juga mengkaji perbedaan antara kegiatan perumusan strategi dengan penetapan tujuan, pengendalian manajemen dengan perencanaan strategis, dan pengendalian misi. (Syahputra, 2020)

Menurut (Syahputra, 2020) Sistem pengendalian manajemen merupakan suatu cara sistematis oleh perusahaan guna mendapatkan tujuan yang diinginkan. Sistem pengendalian manajemen memiliki peran penting di suatu perusahaan karena dirancang untuk mencapai tujuan tertentu yang dimiliki suatu organisasi. Setiap sistem kendali setidaknya mempunyai empat elemen, yaitu:

- a. Pelacak (detector) merupakan suatu perangkat pengukur yang sebenarnya terjadi dalam proses yang sedang dikendalikan
- b. Penilai (assessor), merupakan perangkat yang menentukan peristiwa aktual dengan beberapa standar yang seharusnya terjadi
- c. Effector, yaitu suatu perangkat yang mengubah assessor mengindikasikan kebutuhan, dan Jaringan komunikasi merupakan perangkat sebagai penerus informasi.

Beberapa hal penting sistem pengendalian manajemen yaitu:

- 1) Suatu sistem pengendalian manajemen mulai digunakan oleh perusahaan untuk mengontrol seluruh yang ada di dalam organisasi, termasuk pengendalian atas semua sumber daya yang dipakai, baik manusia maupun fisik, serta hasil yang dicapai, keuntungan perusahaan sehingga dapat dicapai perusahaan. Sehingga, menjadikan perusahaan bisa mencapai tujuan yang diinginkan.
- 2) Sistem ini fokus terhadap strategi dan teknik penetapan harga .
- 3) Sistem pengendalian manajemen akan lebih berfokus pada sumber daya manusia, karena lebih terfokus untuk membantu manajer perusahaan mencapai tujuan dan peningkatannya.

Sebab itu, peran masing-masing pertimbangan psikologis yang banyak akan mendapat perhatian lebih pada sistem pengendalian manajemen. Maka, diketahui bahwa tugas yang paling penting dari manajemen pengendalian yaitu berusaha untuk mendapatkan dan menggapai tujuan bisnis seefisien dan seefektif mungkin. Biar semua tugas dilakukan dengan benar, langkah pertama yang harus dipakai oleh manajer yaitu untuk mengambil keputusan yang akan diraih dalam sebuah bisnis dan mencari tau cara mencapai tujuan tersebut. Keputusan yang dipakai, manajemen bisa mengguankan sebuah kebijakan atau aturan yang dapat mengarahkan sebuah perusahaan untuk dapat mencapai tujuannya. Selanjtnya, kebijakan dikembangkan, system memulai untuk melakukan fungsinya untuk memastikan bahwa setiap orang di perusahaan dapat memenuhi apa yang diinginkan manajemen.

Fungsi dan Tujuan Sistem Pengendalian Manajemen

Sistem pengendalian manajemen ialah suatu usaha yang telah tersusun dengan baik oleh perusahaan untuk dapat mencapai sebuah tujuan dengan membandingkan kinerja agar sesuai dengan rencana awal dan dengan melakukan sebuah tindakan yang tepat, sehingga kesalahan dapat diperbaiki. Pengendalian biaya yang efektif akan tergantung pada sejauh mana komunikasi terjalin antara pihak yang bertanggung jawab atas informasi akuntansi dan manajemen. Dengan menghasilkan laporan kinerja, pengontrol juga akan menyarankan tingkat manajemen yang berbeda tentang tindakan korektif yang diperlukan oleh aktivitas tertentu. Laporan tersebut dapat

disampaikan sebagai laporan langsung atau tertulis dari pengendali kepada direksi perusahaan. Isi laporan juga dapat berupa laporan hasil pekerjaan yang diselesaikan oleh karyawannya.

Tujuan dari desain sistem pengendalian manajemen untuk mencapai kefasihan dan integritas; Mematuhi kebijakan-kebijakan aturan dan regulasi yang berlaku. Sistem pengendalian manajemen dapat memastikan kepatuhan terhadap kebijakan, dan semua aturan yang berlaku. Melindungi aset perusahaan, umumnya kontrol terstruktur dan diterapkan untuk melindungi aset perusahaan. Dan serta melakukan operasi ekonomi dan efisien dengan sumber daya yang terbatas dapat mendukung sebuah organisasi untuk menggunakan sebuah prinsip ekonomi tersebut.

Unsur-Unsur Sistem Pengendalian Manajemen

Elemen-elemen sistem ini meliputi berbagai elemen seperti, elemen detektor, selektor, efektor, dan pemancar. Proses ini dimulai dengan detector yang mulai mencari sebuah informasi tentang beberapa bentuk kegiatan. Detektor tersebut bisa berupa sebuah informasi, bisa informasi yang formal maupun yang informal, untuk penjelasan yang lebih rinci kepada manajemen tentang apa yang terjadi dalam suatu kegiatan. Setelah informasi sudah terkumpul, kegiatan di dalamnya dibandingkan dengan standar yang dipakai dan selanjutnya dievaluasi. Proses sebuah pembetulan ini akan dilaksanakan secara efisien, selanjutnya semua jenis penyimpangan dapat diperbaiki sehingga selanjutnya dapat sesuai dengan berbagai kriteria yang telah ditetapkan.

Proses Pengendalian Manajemen

Proses pengendalian manajemen yang baik akan berlangsung lebih normal. Pengendalian manajemen formal ini terdiri dari tahapan - tahapan yang saling penting, antara lain:

1) Pemograman

Pada tahap ini, perusahaan menentukan program mana yang mau dilaksanakan dan memperhitungkan kemungkinan sumber daya yang akan diperlukan pada setiap program yang telah diidentifikasi sebelumnya.

2) Penganggaran

Dalam langkah ini, anggaran dinyatakan dengan kata lain dalam keuangan yang akan dipakai selama dalam jangka waktu tertentu. Anggaran ini didasarkan pada seperangkat anggaran pusat dari sebuah pertanggungjawaban

3) Operasi dan Akuntansi

Pada tahap ini akan dibuat catatan tentang berbagai sumber daya yang digunakan dan pendapatan yang diterima. Semua pengajuan dan pengeluaran akan diurutkan sesuai dengan jadwal yang ditentukan oleh pusat pertanggungjawaban. Kategorisasi terprogram yang dilakukan di masa lalu akan menjadi dasar untuk pemrograman masa depan,

sedangkan klasifikasi pusat pertanggungjawaban akan digunakan untuk mengukur kinerja dari seorang manajer.

4) Laporan dan Analisis

Sebuah perbaikan untuk setiap masalah yang tidak dapat diduga sebelumnya. Tahapan ini yang paling berpengaruh karena menjadi sebuah penutup dari berbagai proses pengendalian manajemen supaya seluruh informasi data yang di proses dalam sebuah pertanggungjawaban akuntansi bisa dilakukan. Analisa laporan manajemen seperti berikut:

- a) Apakah strategi perusahaan perlu untuk dilakukan sebuah peninjauan ulang kembali.
- b) Apakah ada sebuah kebijakan penghapusan, penambahan, atau perubahan pada sebuah program yang baru di tahun yang akan datang
- c) Apakah ada kebutuhan untuk mengubah anggaran
- d) Apakah ada perbaikan untuk sebuah masalah yang mendadak.

Faktor yang Mempengaruhi Sistem Pengendalian Manajemen

Berikut dibawah ini merupakan faktor yang dapat mempengaruhi suatu sistem pengendalian manajemen:

1) Ukuran dan implementasi perusahaan atau bisnis

Ukuran dan juga tingkat penyebaran bisnis atau perusahaan yang besar, tentu akan beda dengan bisnis kecil. Ini pasti nanti akan dapat menentukan apa saja isi dan sifat dari sistem pengendalian manajemen yang akan dicapai dan diperoleh.

2) Struktur Organisasi, Delegasi dan Desentralisasi

Anggaran rumah tangga dan perjanjian dapat mengatur seluruh fungsi atau struktur organisasi di dalam suatu perusahaan dan tingkat desentralisasi dan otorisasi di semua perusahaan. Selain itu, berbagai tingkat desentralisasi dan otorisasi dalam suatu perusahaan dari waktu ke waktu pasti juga harus beradaptasi dengan tantangan dan peluang lingkungan yang selalu berubah yang mungkin muncul. Keseluruhan sistem pengendalian akan dapat mempengaruhi sebuah kinerja dari kegiatan perusahaan.

3) Sifat dan Pembagian Operasi

Di bagian ini kegiatan dalam suatu bisnis pastinya akan dapat mempengaruhi suatu sistem pengendalian manajemen yang ada di dalamnya.

4) Jenis Pusat Tanggung Jawab

Sistem pengendalian manajemen yang diperlukan untuk suatu pusat pertanggungjawaban yang berbeda di dalam suatu perusahaan. Apakah kinerja pusat pertanggungjawaban harus

diukur dari segi biaya, manfaat atau laba atas investasi, tergantung pada jenis pusat pertanggungjawaban yang dimiliki dan dilakukan.

Menurut Anthony dan Govindarajan (2005: 1). Elemen sistem pengendalian manajemen dapat berupa sebuah perencanaan yang strategis seperti; menetapkan sebuah anggaran, dari suatu alokasi sumber daya, mengukur, mengevaluasi dan memberi penghargaan atau kinerja, distribusi pusat pertanggungjawaban, dan juga transfer pricing dalam. Pada saat yang sama, sistem pengendalian manajemen yang andal harus memenuhi unsur-unsur berikut:

- 1) Keahlian yang dimiliki oleh karyawan sesuai dengan tanggung jawabnya
- 2) Pembagian tugas
- 3) Sebuah sistem alokasi kekuasaan, tujuan serta teknik, dan juga pengawasan yang wajar untuk melakukan kontrol atas aset, klaim dan kewajiban
- 4) Pengadilan terhadap penggunaan harta atau aset dan dokumen serta formulir yang penting; dan ,
- 5) Pemeriksaan fisik harta dengan catatan harta dan juga utang, atau yang memang benar ada, dan melakukan sebuah tindakan pengoreksian jika didapati adanya suatu perbedaan.

Manajemen pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong, manajemen pemasaran merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh manusia untuk dapat mencapai sebuah hasil transaksi yang diinginkan dan untuk dapat membangun sebuah hubungan yang solid dan baik dengan konsumen dengan cara yang saling menguntungkan dalam sebuah bisnis. Sedangkan menurut Stanton (2005), manajemen pemasaran merupakan sarana yang digunakan oleh perusahaan untuk melakukan sebuah kegiatan promosi atau sebuah pemasaran.

Sedangkan pemasaran itu sendiri merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan juga keinginan mereka melalui proses jual beli. Sedangkan menurut William J. Stanton (2012), pemasaran meliputi semua aspek kegiatan sebuah usaha yang bertujuan untuk merancang, menetapkan sebuah harga, mempromosikan dan memasarkan barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dari konsumen.

Peran dari pemasaran saat ini tidak hanya untuk menyediakan produk atau jasa kepada seorang konsumen, namun akan tetapi juga untuk menentukan seberapa besar produk atau jasa tersebut dapat bermanfaat atau memberikan sebuah kepuasan kepada pelanggan sekaligus menciptakan keuntungan. Dalam sebuah bisnis ini sangat diperlukan adanya manajemen pemasaran untuk dapat memperluas jangkauan konsumen dan mendapatkan keuntungan yang maksimal. (Morasa dan Lakumani 2015).

Menurut (Khodijah Mustaqimah¹, Sri Hartoyo², 2017) Daya saing adalah kemampuan produk untuk dapat masuk kedalam pasar baik dilaam negeri maupun luar negeri dan kemampuannya untuk dapat bertahan di dalam pasar tersebut melawan para pesaing lain. Jika suatu produk kompetitif, maka akan dituntut oleh konsumen. Daya saing adalah sebuah kemampuan suatu daerah untuk menghasilkan suatu barang dan jasa yang dapats memenuhi uji internasional, dan dengan tetap mempertahankan sebuah tingkat pendapatan yang tinggi serta berkelanjutan, atau kemampuan suatu daerah untuk dapat memiliki penghasilan dalam tingkat pendapatan dan juga kesempatan kerja yang tinggi dilakukan sambil tetap terbuka terhadap banyaknya persaingan di luar. Daya saing juga dapat dipahami sebagai kemampuan suatu negara untuk menghadapi sebuah tantangan bersaing di pasar internasional dengan tetap mempertahankan atau meningkatkan pendapatan riilnya dan mempertahankan kualitas yang dimiliki.

Yang dimaksud dengan kemampuan bersaing merupakan sebuah kemampuan untuk mendapatkan dan juga menunjukkan hasil yang baik dengan cepat atau lebih berarti dan dengan hasil maksimal. Kompetensi yang dimaksud merupakan Kemampuan meningkatkan pangsa pasar, Kemampuan untuk dapat terhubung dengan lingkungan, Kemampuan untuk terus meningkatkan kinerja, dan juga serta Kemampuan untuk membangun posisi yang menguntungkan.

Kemampuan untuk bersaing dapat ditentukan oleh suatu keunggulan tertentu yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri dan juga tergantung pada derajat sumber daya yang relatif dan dimiliki oleh suatu perusahaan atau dapat disebut keunggulan bersaing. Menurut Porter dalam Putri, ada hal-hal yang memunculkan pentingnya sebuah kemampuan persaingan, khususnya karena hal-hal berikut: Mendorong produktivitas dan utnuk meningkatkan kemandirian, Kapasitas ekonomi dapat ditingkatkan, baik dalam konteks perekonomian daerah maupun peningkatan jumlah pelaku ekonomi untuk pertumbuhan ekonomi dalam skala nasional, dan keyakinan bahwa mekanisme pasar membuatnya menjadi lebih efisien. Beberapa pengertian dari daya saing yang meliputi wilayah, yaitu sebagai berikut:

- 1) Daya saing tempat (lokal dan regional) adalah suatu kemampuan ekonomi dari masyarakat setempat (lokal) untuk melakukan sebuah peningkatan taraf hidup penduduk/masyarakat sekitar yang berada di daerahnya.
- 2) Daya saing suatu daerah erat kaitannya dengan kemampuannya menarik investasi asing (luar) untuk memakai atau menggunakan dan dapat menentukan dari peran produktifnya yang dilakukan.

- 3) Daya saing daerah merupakan sebuah kemampuan perekonomian suatu ddaerah untuk dapat mencapai perkembangan dan pertumbuhan kesejahteraan yang berkelanjutan dan tingkat tinggi dengan tetap terbuka terhadap persaingan nasional dan juga internasional.

Adapula indikator utama pembentuk daya saing :

- 1) Lingkungan bisnis yang efektif dan efisien
- 2) Ekonomi Daerah
- 3) Ketenagakerjaan dan sumber daya manusia yang ada
- 4) Infrastruktur, sumber daya dan lingkungan
- 5) Lembaga keuangan dan bank

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah kopi Ledokan di Binangun, yang subjek penelitian ini merupakan data tentang sistem pengendalian manajemen dalam meningkatkan daya saing kopi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara kepada seorang narasumber, khususnya dengan melakukan kuisisioner dan jawaban di toko tempat penulis melanjutkan untuk membangun sistem ini. Selain itu, penulis juga mengumpulkan data melalui studi kepustakaan untuk memandu pelaksanaan pengembangan sistem dan pelaksanaan laporan penelitian ini. Reduksi data menjadi fokus perhatian, proses seleksi mengabstraksi, menyederhanakan, dan mentransformasi data mentah muncul dari catatan lapangan Penyajian data ini terdiri dari berbagai informasi yang dapat mengarah pada pengambilan keputusan dan kesimpulan. Kesimpulan dapat ditarik dengan memperluas bagian menggunakan sebab dan akibat. Kesimpulan diberikan agar pembaca dapat melihat sekilas pembahasan sebelumnya. Analisis data kualitatif merupakan pendekatan pengolahan data secara mendalam dari hasil sebuah observasi, wawancara, dan data dari kuesioner yang telah kami lakukan. Sistem atau rangkaian kajian yang memberikan pendekatan yang sistematis, kompleks dan berpotensi reflektif terhadap gejala-gejala yang ada di masyarakat. Penelitian kualitatif tidak dapat dipungkiri oleh masyarakat, karena dilakukan pada kondisi lapangan yang sebenarnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing

Strategi dalam pemasaran bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan juga daya saing kafe Ledokan di Binangun Blitar adalah sebagai berikut:

- 1) Promosi merupakan salah satu cara atau upaya suatu usaha untuk memberikan dan menyampaikan sebuah informasi tentang suatu usaha yang dimiliki kepada para konsumen agar konsumen tersebut dan masyarakat dapat mengetahui keberadaan dari lokasi, produk serta informasi lain dari produk yang diciptakan oleh usaha tersebut yang dibutuhkan para konsumen. Dalam hal ini, strategi promosi yang dilakukan oleh Ledokan Cafe di Binangun Blitar adalah melalui berbagai media sosial, Namun strategi pemasaran langsung dan promosi kepada masyarakat tidak diterapkan oleh Ledokan Cafe di Binangun Blitar.
- 2) Harga yang dipatok oleh Café Ledokan di Binangun Blitar disesuaikan dengan budget untuk para pelajar dan mahasiswa yaitu mulai dari harga Rp 8.000, sampai dengan harga sebesar Rp 20.000 saja
- 3) Produk utama yang dihadirkan Kedai Kopi Ledokan adalah kedai kopi kekinian dan banyak dicari oleh anak muda. Produk tidak hanya bisa didapatkan di Coffee Shop tetapi juga bisa didapatkan melalui platform GoJek atau semacamnya yang bekerjasama dengan Kedai Kopi.
- 4) Tempat, Produk utama yang dihadirkan Kedai Kopi Ledokan adalah kedai kopi kekinian dan banyak dicari oleh anak muda. Produk tidak hanya bisa didapatkan di Coffee Shop tetapi juga bisa didapatkan melalui platform GoJek yang bekerjasama dengan Kedai Kopi. Dan tempat yang disuguhkan oleh kedai kopi Ledokan ini sangat disesuaikan dengan anak muda jaman sekarang, dengan membuat tempat kedai kopi ini sebagus, semenarik mungkin serta instagramable.

B. Strategi Pengendalian Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Sumber daya manusia atau SDM merupakan salah satu faktor penentu berjalannya sebuah organisasi yang berfungsi dan bertujuan dapat untuk mengelola organisasi guna mencapai visi, misi dan tujuan yang telah ditentukan. Tenaga kerja di Ledokan Cafe Binangun Blitar dibagi menjadi 2 shift dengan jam kerja kumulatif untuk shift pagi mulai dari jam 8 pagi sampai jam 3 sore dan untuk shift malam mulai dari jam 4 sore sampai jam 11 malam. Untuk menjaga pertumbuhan dan kelangsungan usahanya hingga saat ini, pengusaha harus berkomunikasi baik dengan para tenaga kerja, agar tercipta suasana kerja yang nyaman. Terkait rekrutmen pegawai di Kedai Kopi Ledokan sebanyak yang dibutuhkan oleh kedai, dan orang yang dipekerjakan oleh pemilik langsung yaitu Bapak Dwi pemilik Kedai Kopi Ledokan. Tenaga kerja direkrut sesuai dengan kriteria kaum muda yang bersedia bekerja, berusia antara 17 hingga 25 tahun. Ledokan Café mengalami kesulitan dalam melayani konsumen karena keterbatasan jumlah karyawan. Karena itu, pemilik berencana menambah tenaga kerja di sektor jasa dan pelayanan. Strategi – strategi yang digunakan yaitu meliputi

:

Strategi Keuangan

Seiring dengan pengelolaan keuangan, akan membantu warnet untuk merencanakan kebijakan pengelolaan keuangan untuk menghindari pengelolaan yang buruk. Dalam pengelolaan keuangan, Kedai Kopi Ledokan telah membuat dan menggunakan pencatatan keuangan yang rapi dan benar seperti catatan laporan laba rugi, laporan keuangan harian dan juga bulanan, serta selain itu juga mengani upah tenaga kerja sebagai pengganti fungsi waktu.

Strategi Produk

Produksi merupakan salah satu sebuah kunci serta proses yang dimana barang baku diubah menjadi sebuah produk yang nantinya dapat menambah nilai jual atau nilai guna dan untuk memenuhi kebutuhan dan juga keinginan dari seorang konsumen. Di Kedai Kopi Ledokan, produk yang dijual adalah kopi kontemporer berbeda yang disajikan dalam penyajian yang berbeda. Produk yang sering diminati anak muda adalah v60 coffee, late coffee, latte art dan Java coffee. Selain itu, tidak hanya menyajikan menjual kopi saja, akan tetapi juga menjual berbagai jenis makanan ringan seperti tahu goreng, kentang goreng, roti telur, roti bakar, dan juga nasi goreng.

Analisis SWOT Berdasarkan dari hasil wawancara dengan narasumber atau informan kunci dari penelitian ini, maka untuk analisis SWOT pada Kafe Ledokan Binangun Blitar adalah sebagai berikut:

Kekuatan (Strength) :

- a) Harga terjangkau untuk anak muda
- b) Lokasi yang strategis, karena berada dekat dengan sekolah dan juga rumah masyarakat
- c) Lokasi menyerupai kedai kopi dan memiliki suasana yang santai dan nyaman
- d) Produk yang disajikan sesuai dengan segmen pasar yang ingin dicapai
- e) Mengguankan dan melakukan manajemen keuangan yang baik dan benar
- f) denagn adanya hubungan yang solid dan baik antara pemilik dengan para pekerjanya
- g) Sudah memakai dan menjadi mitra dari platform pendukung seperti GoJek
- h) Memiliki banyak pelanggan atau konsumen tetap

Kelemahan (Weakness)

- a) Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) di bidang jasa
- b) Program promosi tidak dilaksanakan secara lebih maksimal lagi

Peluang (Opportunities) :

- a) inovasi terbaru yang sedang viral atau unik dapat meningkatkan minat konsumen

b) lebih dapat memperluas serta mengembangkan operasinya dengan membuat produk baru atau inovasi - inovasi dan membuat lebih banyak cabang di berbagai daerah untuk menguasai dan memperluas target pasar yang ingin dicapai

c) Memperluas jangkauan untuk dapat meningkatkan daya beli dan daya jual produk kepada masyarakat

d) Menerapkan strategi promosi secara lebih optimal untuk menggairahkan atau menarik konsumen.

Ancaman (Threats) :

a) Jumlah bisnis yang serupa atau pesaing yang banyak

b) menggunakan tenaga kerja terlalu muda, dapat membuat sebuah kekhawatiran yang mana ketidakstabilan anak muda tersebut apabila dapat mempengaruhi sistem organisasi di dalamnya

c) Tidak adanya kemauan untuk maju, yang akhirnya timbul sebuah kekhawatiran bahwa penjualan akan mengalami penurunan atau berkurang dan tidak akan ada pembeli baru.

C. Analisis sistem pengendalian manajemen pemasaran pada Kedai Kopi Ledokan Di Kabupaten Blitar

Industri kopi sangat menjanjikan dengan orang-orang yang antusias dan puas dengan budaya minum kopi. Di Kabupaten Blitar sendiri banyak terdapat kedai kopi dengan ciri khas tersendiri untuk menarik konsumen dalam dan luar daerah blitar. Semua bisnis memiliki tujuan yang ingin dicapai, seperti halnya Kafe Ledokan di Kabupaten Blitar, mereka ingin bisnisnya maju dan berkembang lagi. Dengan demikian, konsumen tidak meragukan rasa dan pelayanan kopi Ledokan, sehingga mendapatkan rasa yang enak dan pelayanan yang baik untuk meningkatkan daya saing, selain itu semakin maju dan berkembangnya kedai kopi Ledokan ini di harapkannya dapat membuat peluang usaha untuk masyarakat dan membantu perekonomian masyarakat menjadi lebih baik.

Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan sistem pengendalian manajemen yang baik. Dengan meningkatkan daya saing kafe di Kabupaten Blitar, pemilik Kedai Kopi Ledokan mengelola pemasaran kafanya dengan tujuan membangun, memperkuat dan mempertahankan daya saing, bersaing dengan kafe lain untuk mendapatkan pendapatan dan menarik konsumen. Kedai kopi Ledokan Kabupaten Blitar menerapkan sistem pengendalian manajemen untuk membentuk strategi peningkatan daya saing kafe. Strategi yang diterapkan di Ledokan Cafe Kabupaten Blitar antara lain:

- 1) Menjaga identitas merek dengan menjaga kualitas produk dan menjaga karakteristik atau ciri khas yang dimiliki oleh produk
- 2) Rajin berinovasi menu baru yang menarik perhatian masyarakat.
- 3) Manjakan konsumen dengan memberikan pelayanan yang maksimal agar konsumen merasa puas

4) Rajin mempromosikan kepada calon konsumen agar tertarik dengan produk yang kita jual.

5) Peningkatan jumlah titik penjualan offline, karena peningkatan budaya reguler anak muda Dengan strategi ini, Kedai Kopi Ledokan dapat meningkatkan penjualan dan memenangkan persaingan di pasar.

D. Analisis strategi yang dilakukan dalam meningkatkan daya saing pada Kedai Kopi Ledokan Di Kabupaten Blitar

Dalam bisnis kopi, daya saing dapat ditentukan oleh adanya keunggulan bersaing yang dimiliki oleh usaha itu sendiri, selain itu daya saing ini juga tergantung pada tingkat relatif sumber daya atau faktor lain yang mempengaruhi keunggulan bersaing yang ada di dalam perusahaan. Keunggulan bersaing itu sendiri dapat dilandasi oleh adanya sistem pengendalian manajemen yang baik. Di sektor kedai kopi diterapkan sistem pengendalian manajemen pemasaran untuk mengembangkan strategi yang tepat, yang dapat membuat kedai kopi menjadi lebih menonjol dan dapat bersaing dengan kedai kopi lainnya. Berdasarkan hasil penelitian, Kedai Kopi Ledokan telah menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saingnya sebagai berikut:

- 1) Menyediakan fasilitas yang memadai dan menarik
- 2) Harga bersaing yang terjangkau untuk pelajar Karena lokasi kedai kopi yang dekat dengan institusi pendidikan, konsumen lebih banyak pelajar. .
- 3) Memberikan pelayanan yang maksimal agar pelanggan betah di Ledokan Café
- 4) Buat promosi dan bundel untuk menarik konsumen
- 5) Membuat iklan banner

Pengendalian manajemen yang dilakukan oleh direktur pemasaran secara tepat, untuk menciptakan strategi yang efektif dan efisien guna meningkatkan daya saing untuk hasil keuntungan yang maksimal. Dengan sistem kontrol manajemen kualitas yang berfungsi dengan baik, akan memungkinkan Kedai Kopi Ledokan untuk tumbuh atau setidaknya terus dalam kondisi mapan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Bagian Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bab sebelumnya, peneliti dapat menyimpulkan bahwa: Sistem pengendalian pengelolaan kopi Ledokan di Kabupaten Blitar berpengaruh positif terhadap daya saing. Karena proses pengendalian manajemen terkait dengan kegiatan yang dilakukan oleh manajemen untuk membentuk organisasi yang baik, maka manajemen pemasaran dapat menjalankan fungsinya dan juga menciptakan strategi-strategi baru yang lebih menjanjikan dan juga lebih efektif serta efisien untuk melawan persaingan dalam bisnis yang

mungkin serupa. strategi yang mempengaruhi keberhasilan Café Ledokan yang diterapkan oleh dalam pemasaran adalah:

- 1) Strategi produk yang diterapkan pada kopi murni, Kedai Kopi Ledokan, menekankan pada kualitas rasa dan kemurnian biji kopi dengan karakteristik yang tidak terdapat pada produk lain di kedai para pesaing.
- 2) Strategi promosi yang diterapkan Café Ledokan dengan menjual langsung ke konsumen
- 3) Strategi dengan menetapkan harga yang lebih terjangkau, dibandingkan dengan produk lain, harga Café di Kedai Kopi Ledokan lebih murah.
- 4) Strategi Lokasi dengan menggunakan lokasi yang strategis dan diterapkan pada Kafe Ledokan dengan menggunakan lokasi di dekat fasilitas pendidikan dan pabrik
- 5) Strategi Pelayanan atau Service diterapkan pada Kafe Kopi Ledokan dengan memberikan pelayanan konsumen yang prima serta dapat memuaskan konsumen yang datang.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Kafe Ledokan Kabupaten Blitar menunjukkan efektivitas yang baik dalam strategi pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) dan kualitas pelayanan yang prima untuk meningkatkan daya saing. Namun, strategi pemasaran ini belum maksimal dilakuakn. Oleh karena itu, saran rekomendasi peneliti terhadap kopi Ledokan di Kabupaten Blitar adalah sebagai berikut :

1. Menghadirkan inovasi produk baru yang sesuai dengan kehidupan dan kebiasaan masyarakat saat ini atau mengikuti sesuatu yang sedang viral namun tetap membuat ciri khas tersendiri agar konsumen dapat mengenali karakteristik berbeda yang dimiliki.
2. Promosi media sosial terus ditingkatkan dan diperluas lagi dengan konten yang lebih menarik.
3. Menjadi distributor kopi untuk meningkatkan pangsa pasar dan membantu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

Adhi. (2020). Analisis dan Perancang Sistem Informasi. *Bab I, 1993*, 1-16.

Khodijah Mustaqimah¹, Sri Hartoyo², I. F. (2017). Analisis Daya Saing dan Faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor ban Indonesia ke kawasan Amerika Latin. *Ekonomi, Jurnal Pembangunan, Kebijakan*, 6(2), 111-135.

Prabowo, R. G. M., Hariyanti, T. P., & Marlina. (2021). *Analisis Pengendalian Internal pada Implementasi Anggaran Kegiatan Lindik Dalam Menunjang Efektivitas Pengelolaan Administrasi*. 5(1), 1124-1135.

Putri, R. D. (2014). Pengertian sistem secara umum. *Sistem Sistem Secara Umum*, 7-13.

Syahputra, H. E. (2020). *Sistem Pengendalian Manajemen*. 79, 162.