

JURNAL ILMIAH

ISSN : 2085-7691

Garina

TATA BOGA TATA RIAS TATA BUSANA

Volume 1, Nomor 19. Januari 2019

**MANAJEMEN USAHA MAKANAN KECIL UNTUK
MENINGKATKAN EKONOMI RUMAH TANGGA BERBASIS
PANGAN LOKAL (PEMBUATAN *PIEFFIN* GANYONG)**

U. Yuyun Triastuti

**KEWIRAUSAHAAN, MANAJEMEN RESIKO DAN MANAJEMEN
PEMASARAN PADA PENGUSAHA SALON CITRA SEMARANG**

Agus Susanti

**PEMANFAATAN EKSTRAK LIDAH BUAYA DALAM PEMBUATAN
MOISTURIZING GEL DENGAN TEKNOLOGI THIXOGEL**

Shofia Daniati

**PERAN BUSANA TUNIKA PADA PERKEMBANGAN BUSANA MASA
KINI**

Indrarini

**PENAMBAHAN VARIASI BORDIR UNTUK MENGGALI
KENGUNGAN PADA SEBUAH KEBAYA**

Mien Zahratil Umami

**PERAWATAN KULIT WAJAH UNTUK PRANIKAH DENGAN
TEKNIK *BOTOX* DI KLINIK dr. RETNO INDRAMASTITI, Sp. KK**

Widiati Alifah

**PERBEDAAN PENGOLAHAN CAKE DALAM TEKNIK
PEMBUATANNYA DI INSTALASI GIZI RUMAH SAKIT DAN BAKERY**

Tri Rettagung Diana

**Diterbitkan Oleh :
AKADEMI KESEJAHTERAAN SOSIAL (AKS)
IBU KARTINI SEMARANG**

Garina

JURNAL ILMIAH TATA BOGA TATA RIAS TATA BUSANA

Susunan Dewan Redaksi

Penanggung Jawab (*Editor in Chief*)

Dra. Dyiah Listyarini, SH. MH

Penyunting (*Editor*)

Dra. Tri Rettagung Diana, M.Kes.

Sekretaris Penyunting (*Secretary Editor*)

Drs. Edi Suwasana

Anggota Penyunting (*Section Editors*)

*Dra. Dyah Listyarini, S.H.,M.H., Indrarini, SPd, M.Pd.,
Dra. Widiati Alifah, M.Si., Dra. Mien Zyahratil Umami, M.Pd.,
Dra. Kurnianingsih, M.Pd., Dra. Yenny Sri Handayani*

Sekretariat dan Administrasi (*Secretariat & Admission*)

Totok Kusumardiyanto, S.E., Danu Sulistyanto, S.E.

Garina terbit dua kali setahun
(Januari dan Juli)

Alamat Editor (*Editorial Address*) :

AKS IBU KARTINI SEMARANG
Jl. Sultan Agung No. 77, Semarang 50232
Telepon/Fax (024) 83153046,
e-mail : aksibukartini_smg@yahoo.com
esuwasana@yahoo.co.id

Terbit pertama kali : Juli 2009

Garina adalah jurnal ilmiah yang mempublikasikan hasil-hasil penelitian, ulasan ilmiah, dan informasi lain di bidang ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni (IPTeKS) tata boga, tata busana, tata rias, ekonomi dan manajemen. Terbit dua kali setahun (Januari dan Juli). Redaksi berhak melakukan penyuntingan, perbaikan, dan koreksi terhadap naskah yang siap diterbitkan, sepanjang tidak mengubah isi dan maksud dari tulisan. Naskah yang tidak diterbitkan, tidak dikembalikan kepada pengirim/penulisnya, kecuali atas permintaan dari pengirim.

PENGANTAR REDAKSI

Syukur Alhamdulillah, kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya maka Jurnal Ilmiah **Garina** (singkatan dari Tata Boga Tata Rias dan Tata Busana) volume 1 nomor 19 telah diterbitkan untuk disajikan kepada para pembaca.

Pada nomor ini selain karya ilmiah dari Dosen AKS Ibu Kartini juga ditampilkan karya dari dosen Perguruan Tinggi mitra. Dewan redaksi Jurnal Ilmiah **Garina** berusaha untuk menjaga kualitas dan kelayakan sebuah media ilmiah.

Majalah ini menyajikan karya ilmiah pada bidang tata boga, tata rias, dan tata busana, pengetahuan pendukung kewirausahaan (manajemen dan ekonomi). Tulisan tersebut berupa hasil penelitian maupun ulasan berdasarkan studi pustaka. Karya ilmiah yang disajikan dapat digunakan sebagai acuan dan referensi.

Kami menyadari bahwa kehadiran Jurnal Ilmiah **Garina** masih belum sempurna, untuk itu kami sangat mengharapkan berbagai masukan, saran dan kritik dari berbagai pihak, terutama para pembaca demi penyempurnaan pada terbitan berikutnya.

Redaksi mengucapkan terima kasih pada penulis karya ilmiah sehingga majalah ini bisa terbit kembali. Harapan kami, para pembaca bisa memanfaatkan jurnal ilmiah **Garina** ini sekaligus kami berharap peran serta dan partisipasi para pembaca untuk turut serta menulis pada masa mendatang.

Semoga jurnal ilmiah **Garina** dapat terus terbit secara berkala dan tetap menjaga kualitas serta mengedepankan misi ilmiah.

Redaksi

Garina

JURNAL ILMIAH TATA BOGA TATA RIAS TATA BUSANA

DAFTAR ISI

MANAJEMEN USAHA MAKANAN KECIL UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI RUMAH TANGGA BERBASIS PANGAN LOKAL (PEMBUATAN <i>PIEFFIN</i> GANYONG)	U. Yuyun Triastuti	1 – 18
KEWIRAUSAHAAN, MANAJEMEN RESIKO DAN MANAJEMEN PEMASARAN PADA PENGUSAHA SALON CITRA SEMARANG	Agus susanti	19 – 25
PEMANFAATAN EKSTRAK LIDAH BUAYA DALAM PEMBUATAN <i>MOISTURIZING GEL</i> DENGAN TEKHNOLOGI THIXOGEL	Shofia Daniati	26 – 38
PERAN BUSANA TUNIKA PADA PERKEMBANGAN BUSANA MASA KINI	Indrarini	38 – 49
PENAMBAHAN VARIASI BORDIR UNTUK MENGGALI KENGUNAN PADA SEBUAH KEBAYA	Mien Zahratil Umami	50 – 63
PERAWATAN KULIT WAJAH UNTUK PRANIKAH DENGAN TEKNIK <i>BOTOX</i> DI KLINIK dr. RETNO INDRASTITI, Sp. KK	Widiati Alifah	64 – 79
PERBEDAAN PENGOLAHAN CAKE DALAM TEKNIK PEMBUATANNYA DI INSTALASI GIZI RUMAH SAKIT DAN BAKERY	Tri Rettagung Diana	80 – 83

GARINA
ISSN : 2085-7691
Volume 1, No. 19, Januari 2019

Available online at
[www : aksibukartini.com](http://www.aksibukartini.com)

**KEWIRAUSAHAAN, MANAJEMEN RESIKO DAN
MANAJEMEN PEMASARAN
PADA PENGUSAHA SALON CITRA SEMARANG**

Agus Susanti

Dosen Tata Rias, Akademi Kesejahteraan Sosial Ibu Kartini Semarang

ABSTRAK

Salon Citra adalah salon potong rambut dan perawatan rambut yang berdiri tahun 2015 di Jalan Taman Siswa Semarang. Salon Citra menyediakan pelayanan potong rambut dan perawatan rambut seperti: *Hair SPA* dan *Creambath*. Pernyataan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah: (1) manajemen resiko pada pengusaha salon, (2) manajemen pemasaran pada pengusaha salon. Penelitian ini dilakukan di Salon Citra Semarang. Terdapat 3 informan. Metode pengambilan data adalah dengan observasi, wawancara, dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian menganalisis terbentuknya minat berwirausaha, manajemen resiko sebelum dan saat menjalankan usaha, manajemen pemasaran dalam mempertahankan usaha.

Hasil penelitian yaitu: terbentuknya minat wirausaha pada entrepreneur Salon Citra Semarang dipengaruhi oleh: kegiatan terencana dan potensi kepribadian. Manajemen resiko dilakukan: manajemen risiko keuangan dan manajemen risiko operasional. Manajemen pemasaran dilakukan dengan cara: memperhatikan harga, tempat, promosi.

Kata kunci: kewirausahaan, manajemen risiko, manajemen pemasaran.

ABSTRACT

Citra Salon is a haircut and hair treatment salon established in 2015 at Jalan Taman Siswa Semarang. Citra Salon provides haircutting and hair care services just like: Hair SPA and Creambath The research statements submitted in this study are: (1) risk management in salon entrepreneurs, (2) marketing management in salon entrepreneurs. This research was conducted at Salon Citra Semarang. There are 3 informants. Data retrieval method is by observation, interview, documentation. The data analysis technique in this study is qualitative. Research analyzes the formation of interest in entrepreneurship, risk management before and when running a business, marketing management in maintaining business.

The results of the study are: the formation of entrepreneurial interest in Citra Salon Semarang entrepreneurs is influenced by: planned activities and personality potential. Risk management is carried out: financial risk management and operational risk management. Marketing management is done by: paying attention to prices, places, promotions.

Keywords: entrepreneurship, risk management, marketing management.

PENDAHULUAN

Wirausaha (*entrepreneur*) merupakan seseorang yang mengorganisir, mengelola dan memperhitungkan risiko dari sebuah usaha bisnis (Supriyanto, 2014:3). Kewirausahaan juga dimaknai sebagai kemampuan seorang manajer risiko (*risk manager*) dalam mengoptimalkan segala sumber daya yang ada, baik itu materil, intelektual, waktu dan kemampuan kreativitasnya untuk menghasilkan suatu produk atau usaha yang berguna bagi dirinya dan bagi orang lain.

Untuk menjadi wirausaha yang sukses dan tangguh tidaklah mudah. Banyak tantangan yang harus dihadapi diantaranya: berani mengambil risiko dan berani gagal, berani belajar dari pengalaman sendiri atau orang lain, bertekad bulat mau kerja keras dan memimpin serta mengerjakan sekarang.

Pengetahuan dan keterampilan yang harus dikuasai ada beberapa hal, diantaranya seorang wirausahawan pemula membutuhkan manajemen agar mampu mengelola risiko dalam usahanya serta mempunyai manajemen pemasaran yang tepat.

Kejadian risiko merupakan kejadian yang memunculkan peluang kerugian atau peluang terjadinya hasil yang tidak diinginkan. Sementara itu, kerugian risiko memiliki arti kerugian yang

diakibatkan kejadian risiko baik secara langsung maupun tidak langsung. Kerugian sendiri dapat berupa kerugian finansial maupun kerugian non-finansial.

Pemasaran merupakan keseluruhan kegiatan mulai dari perencanaan produk, penentuan harga, promosi sampai pada menentukan bagaimana barang itu sampai kepada pembeli.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan objek Salon Citra adalah salon potong rambut dan perawatan rambut yang berdiri tahun 2015 di Jalan Taman Siswa. Salon Citra menyediakan pelayanan rambut seperti potong rambut, *Hair SPA* dan *Creambath*.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana terbentuknya minat berwirausaha pada pengusaha Salon Citra ?
2. Bagaimana gambaran manajemen risiko sebelum dan pada saat menjalankan usaha pada Salon Citra Semarang?
3. Bagaimana manajemen pemasaran yang dipilih dalam mempertahankan usaha pada Salon Citra Semarang?

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian adalah:

1. Mendeskripsikan terbentuknya minat berwirausaha pada pengusaha Salon Citra.
2. Mendeskripsikan manajemen risiko sebelum dan pada saat menjalankan usaha pada Salon Citra Semarang.

Mendeskripsikan manajemen pemasaran yang dipilih dalam mempertahankan usaha pada Salon Citra Semarang.

TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan berasal dari istilah *entrepreneurship* yang sebenarnya berasal dari kata *entrepreneur* yang artinya suatu kemampuan (*ability*) dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak tujuan siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. Kewirausahaan merupakan sikap, jiwa, semangat mulia pada diri seseorang yang inovatif, kreatif berupaya untuk kemajuan pribadi dan masyarakat (Wibowo, Muladi 2011).

Richard Cantillon dalam Supriyanto (2013:3) mengemukakan bahwa *entrepreneur* adalah seseorang yang dianggap berani menanggung risiko antara *supplier* (pemasok barang), yaitu petani atau perajin yang barangnya dibeli dengan harga tertentu, untuk dijual kepada konsumen dengan harga yang tidak pasti. Dalam mengejar keuntungan, seorang

entrepreneur harus menanggung risiko saat ia menghadapi ketidakpastian harga pasar. Jean Baptiste Say menambahkan bahwa selain sebagai seorang penanggung risiko (*risk bearer*), *entrepreneur* juga seorang *leader* atau pimpinan yang mengambil inisiatif.

Minat berwirausaha muncul karena didahului oleh suatu pengetahuan dan informasi mengenai wirausaha yang kemudian dilanjutkan pada suatu kegiatan berpartisipasi untuk memperoleh pengalaman dimana akhirnya muncul keinginan untuk melakukan kegiatan tersebut. Minat berwirausaha tidaklah dimiliki begitu saja oleh seseorang, melainkan dapat dipupuk dan dikembangkan. Buchari Alma (2010: 7) mengemukakan bahwa: Faktor yang mendorong minat berwirausaha adalah lingkungan yang banyak dijumpai kegiatan-kegiatan berwirausaha, guru sekolah dan sekolah yang mengajarkan kewirausahaan, teman pergaulan, lingkungan family, sahabat yang dapat diajak berdiskusi tentang ide wirausaha, pendidikan formal, pengalaman bisnis kecil-kecilan.

Manajemen Risiko menurut Kountur : (2008:22) adalah suatu cara (proses atau metode) yang digunakan perusahaan untuk menangani risiko-risiko yang dihadapi dalam usaha mencapai

tujuannya. Manajemen risiko juga dapat didefinisikan sebagai cara bagaimana menangani semua risiko yang ada di dalam perusahaan tanpa memilih risiko-risiko tertentu saja. Penanganan risiko tidak hanya pada risiko-risiko keuangan saja, atau mungkin hanya pada risiko-risiko operasional saja tetapi semua risiko yang ada dalam perusahaan yang mengancam pencapaian tujuan perusahaan harus ditangani dengan baik.

Menurut Darmawi (2006:4), risiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk (kerugian) yang tidak diinginkan atau tidak terduga.

Menurut Swastha dan Irawan dalam bukunya Manajemen Pemasaran Modern (2010:7), yaitu: “Manajemen pemasaran adalah penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong serta melayani pasar”.

Menurut Kotler dan Keller (2012:5), definisi manajemen pemasaran adalah :

“Marketing management as the art and science of choosing target markets and

getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value”.

Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Berdasarkan definisi diatas menunjukkan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan melakukan analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian program dengan harapan agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Melihat definisi tersebut manajemen pemasaran adalah faktor penting yang harus perusahaan kuasai agar perusahaan mampu bersaing dengan kompetitor dalam menjalankan aktivitas produksinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Salon Citra terletak di Jl. Taman Siswa, Gunungpati, Semarang. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari-April 2019.

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah

prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati Moleong, 2010. Metode deskriptif dipilih karena penelitian yang dilakukan berkaitan dengan peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung dan berkenaan dengan kondisi masa sekarang.

Dalam penelitian ini, teknik dalam pengumpulan data berupa:

a. Obsevasi

Observasi adalah suatu pengamatan, meliputi kegiatan memperhatikan suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera yang meliputi penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba, pengecap (Arikunto, 2006).

b. Wawancara

Teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan wawancara standar dan mendalam (*deep interview*) terantung pada kebutuhan lapangan, dan menggunakan wawancara terstruktur, dimana peneliti telah menyiapkan daftar pertanyaan. Tetapi tidak menutup kemungkinan dengan wawancara semi terstruktur yang bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka (Sugiyono, 2014).

c. Dokumentasi.

Dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara menyelidiki

benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan dan sebagainya. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data – data yang diperlukan dalam penelitian ini.

Peneliti melakukan analisis lingkungan internal yang disesuaikan dengan kenyataan yang ada di lapangan. Sumber primer dalam penelitian ini berupa catatan hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara yang dilakukan peneliti. Sumber sekunder berupa hasil pengolahan data wawancara tersebut. Dalam menentukan informan untuk wawancara, peneliti menggunakan teknik *snowball sampling*. Peneliti memilih pemilik Salon Citra Semarang sebagai narasumber utama. Pemilik dari Salon Citra Semarang adalah Ibu Yuli Yulekha.

HASIL PENELITIAN

Terbentuknya minat berwirausaha pada pengusaha Salon Citra adalah:

1. Kegiatan terencana.

Minat berwirausaha Ibu Yuli muncul karena adanya keinginan untuk membuka salon potong rambut, seperti yang diutarakan Ibu Yuli saat wawancara :

“Saya ingin memiliki usaha potong rambut dan perawatan rambut. Jadi saya mengikutu kursus di tempat teman yang

sudah mempunyai salon potong rambut dan salon perawatan rambut.

2. Potensi Kepribadian

Sikap yang jujur, tekun, terampil dan menguasai dibidangnya. Potensi diri merupakan kemampuan, kekuatan, baik yang belum terwujud maupun yang telah terwujud, yang dimiliki seseorang, tetapi belum sepenuhnya terlihat atau dipergunakan secara maksimal. Minat berwirausaha pada Ibu Yuli juga didukung oleh potensi dalam diri sebagai entrepreneur. Hal ini seperti diungkapkan Ibu Yuli dalam wawancara: "...kalau entrepreneur itu ya harus, tekun"

Dari pernyataan di atas dapat diinterpretasikan bahwa seseorang wirausaha harus tekun. Sedangkan keterampilan dianggap sebagai sesuatu yang dapat dipelajari dan mengikuti jika mau belajar.

Hasil wawancara dengan Ibu Yuli, sebelum memulai usaha manajemen risiko yang dilakukan pada Salon Citra Semarang lebih pada manajemen risiko keuangan, misalnya pada awal akan mulai usaha harus membeli peralatan meskipun uangnya terbatas. Risiko operasional pada awal usaha banyak hal yang harus dilakukan pemilik usaha, karena belum mempunyai karyawan jadi semua dikerjakan.

Setelah usaha berjalan manajemen risiko yang dilakukan adalah harus mencari karyawan, mampu menggaji dan menambah pelanggan.

Manajemen pemasaran yang dipilih dalam mempertahankan usaha pada Salon Citra Semarang seperti diungkapkan Ibu Yuli dalam wawancara sebagai berikut : "...dalam memasarkan harus bisa menyesuaikan harga. Karena kalau kita tidak melihat kemampuan beli masyarakat, maka tidak akan ada masyarakat yang tertarik dengan bidang usaha kita. Begitu pula dengan pemilihan tempat. Kalau kita membuka usaha, tempat kita tidak strategis, maka pelanggan akan enggan kembali lagi. kalau bisnis itu ya kuncinya di pasar".

Usaha apapun kalau tidak dibantu dengan promosi, tidaklah bisa berhasil. Karena kalau kita tidak melakukan promosi, maka masyarakat tidak mengenal dan tidak tahu tentang usaha kita.

Setelah memulai usaha ibu Yuli mempertahankan manajemen pemasarannya seperti pada wawancara berikut ini:"Setelah memulai usaha kita harus mempertahankan pelanggan bahkan harus menambah pelanggan, kalau tidak usaha kita bisa mengalami gulung tikar atau tutup...".

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Terbentuknya minat wirausaha pada entrepreneur Salon Citra Semarang dipengaruhi oleh:
 - a. Kegiatan terencana.
Minat berwirausaha Ibu Yuli muncul karena adanya keinginan untuk membuka salon potong rambut,
 - b. Potensi Kepribadian
2. Manajemen risiko dilakukan baik sebelum maupun sesudah, sebelum memulai usaha lebih pada manajemen risiko keuangan dan manajemen risiko operasional. Manajemen risiko sesudah memulai usaha lebih pada manajemen risiko keuangan saja..

Manajemen pemasaran dilakukan dengan cara memperhatikan harga, supaya masyarakat bisa menjangkau harga, tempat harus dipilih yang strategis, supaya masyarakat mudah menjangkau, promosi harus dilakukan agar masyarakat tau dan mengenal usaha kita.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rieneka.
- Alma, Buchari, 2010. *Kewirausahaan* (edisi revisi). Bandung: CV Alfabeta.
- Darmawi, H, 2006. *Manajemen Risiko*. Cetakan kesepuluh. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kotler, Philip, 2012. *Manajemen Pemasaran* (Analisis,Perencanaan, Implementasi dan Kontrol). Jakarta : PT. Prenhallindo
- Kountur, Ronny, 2008. *Manajemen Risiko Perusahaan*. Jakarta : Penerbit PPM
- Sugiyono, 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV. Alfabeta
- Supriyanto, 2014. *How to Become a Successful Entrepreneur*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Swastha, Irawan, 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Wibowo, Muladi, 2011, *Pembelajaran Kewirausahaan dan minat Wrausaha Lulusan SMK . Eksplanasi Volume 6 Nomor 2 Edisi September 2011*.

