



Korelasi perkembangan bisnis skala kecil terhadap efektivitas produksi dalam manajemen operasi bisnis fashion SME Istride dalam Universitas Prasetiya Mulya

Gilbert Fraderic¹, Jimmy Liauw², Joseph Laurent³, Nathan Stanley Martanegara⁴, Williams Wang Candra⁵, Don Bryant Bosco Wijaya⁶, Nurhayati⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Universitas Prasetiya Mulya, Indonesia

¹gilbertfraderil@gmail.com, ²jimmyliauw1108@gmail.com, ³josephlaurent2005@gmail.com, ⁴nathanmarta8@gmail.com, ⁵williamswang41@gmail.com, ⁷nurhayati@prasetyamulya.ac.id

Info Artikel :

Diterima :
20 Desember 2024
Disetujui :
12 Januari 2025
Dipublikasikan :
25 Januari 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa operasional dalam bisnis yang berkembang memiliki kontribusi signifikan terhadap perkembangan bisnis. Kontribusi ini diukur menggunakan Key Performance Indicator (KPI) yang mencakup divisi pemasaran, operasional, finansial, dan sumber daya manusia. Sampel penelitian adalah dua bisnis fashion tas yang dirintis oleh mahasiswa Prasetiya Mulya pada periode 2024/2025. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah KPI, angket, tes, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa divisi operasional berperan penting dalam meningkatkan penjualan dan skala bisnis. Semakin baik perencanaan dan pelaksanaan operasional, semakin baik pula perkembangan dan pemasukan bisnis. Penelitian ini menegaskan bahwa kematangan divisi operasional meningkatkan potensi pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

Kata Kunci: Operasional, Perkembangan Bisnis, Bisnis Tas, Manajemen Operasional

ABSTRACT

This research aims to prove that operations in a growing business have a significant contribution to business development. This contribution is measured using Key Performance Indicators (KPIs) that include marketing, operations, finance, and human resources divisions. The research samples were two fashion bag businesses started by Prasetiya Mulya students in the 2024/2025 period. The data collection techniques used were KPIs, questionnaires, tests, and interviews. The results showed that the operational division plays an important role in increasing sales and business scale. The better the operational planning and execution, the better the business development and income. This research confirms that the maturity of the operations division increases the overall growth potential of the business.

Keywords: Operations, Business Development, Bag Business, Operational Management



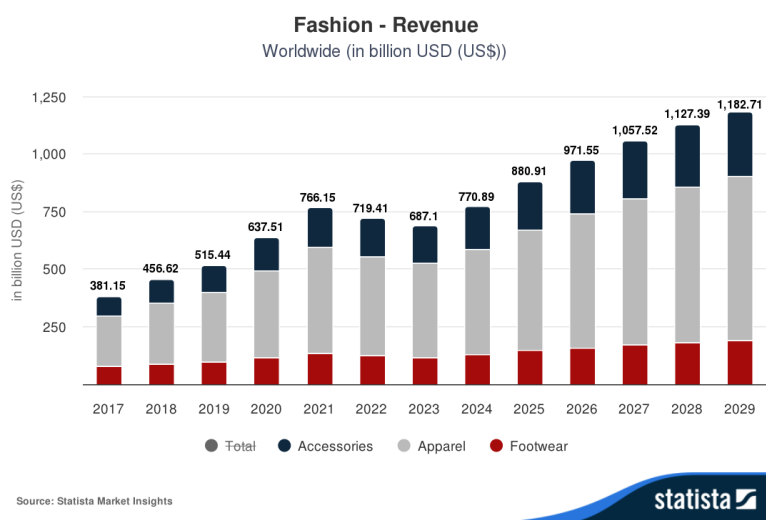
©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Bisnis dan usaha pada berbagai macam skala akan mendapat pertumbuhan dalam bidang tersebut melalui beberapa tahapan yang berbeda tetapi memiliki permulaan dari skala kecil sebelum dikembangkan ataupun tahapan permulaan dalam menjalani bisnis, dalam usaha terstruktur sebuah bisnis memiliki beberapa keperluan penting dan faktor penting untuk mengembangkan bisnisnya dengan pasti yaitu pada beberapa keunggulan yang dimiliki bisnis tersebut dibandingkan para kompetitor, dimana hal tersebut dapat diobservasi melalui strategi bisnis yang dijalankan ataupun melalui inovasi bisnis yang dimiliki bisnis tersebut untuk memiliki pembeda yang mencolok dan dapat bersaing dengan bisnis yang serupa yang berada di dalam pasar, sehingga dengan pembeda untuk

bersaing terhadap kompetitor. Salah satu temuan dari hasil penelitian terdahulu menyatakan hasil bahwa model bisnis akan manajemen secara operasional adalah fondasi utama yang menentukan keberhasilan startup terutama yang berada pada *e-commerce* (Puspita S et al., 2024)

Industri fashion terutama dalam industri fashion tas memiliki perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir yang bermula dari trend dan perkembangan sosial media yang menjadi alat pemasaran yang trendi (Wen et al., 2019). Hal ini tidak hanya didukung dengan kenaikan dan perkembangan pesat industri fashion yang dipasarkan dengan pesat melalui sosial media yang terus mengisi laman trendi, yang didukung oleh data dimana menunjukkan bahwa perkembangan penghasilan bersih dari bisnis fashion kian berkembang dan diprediksi akan terus naik hingga tahun 2029 tidak terkecuali adalah bisnis fashion tas yang juga naik daun.



Gambar 1. Fashion Business Revenue each Year

Dinamika pasar yang berkembang menjadi kompetitif mendorong para pelaku bisnis untuk dapat beradaptasi dan dapat bekerja dengan lebih efisien melalui beberapa kepentingan internal maupun eksternal bisnis yang dapat mendorong perkembangan bisnis dalam perkembangan bisnis (Brenda, 2019). Salah satu keharusan pemilik bisnis dalam mendorong perkembangan bisnis adalah mendorong perkembangan untuk mengoptimalkan efektifitas operasional dan salah satunya adalah manajemen produksi menjadi pilar penting dalam memastikan proses produksi dapat berjalan dengan baik dengan melakukan alokasi sumber daya yang optimal dengan memanfaatkan mesin dan sumber daya yang tepat guna dengan kecepatan dan kualitas yang sesuai.

Salah satu tanggung jawab pemilik bisnis adalah untuk membawa bisnis untuk berkembang dan menjadi besar serta mencari keuntungan sebesar besarnya yang dihasilkan dari keputusan baik sehingga menjadi tolak ukur yang pasti dapat berupa subjektif maupun objektif yang dapat diukur dari KPI yang menandakan target yang telah terpenuhi dapat menandakan perkembangan bisnis sebagai pertanda yang baik yang dapat diukur (Basuki, 2023). Faktor perkembangan bisnis juga dapat beragam dimana ada beberapa bidang bisnis yang dapat didorong oleh divisi *Operation* ataupun *Marketing* untuk berkembang lebih lanjut, sehingga dalam bisnis fashion tas divisi manakah yang harus difokuskan untuk dikembangkan terlebih dahulu, apakah divisi operasional yang menjadi sumber produksi atau divisi marketing sebagai sumber pemasaran yang mendatangkan penjualan bagi bisnis (Handoyo et al., 2023; Nur & Yani, 2019).

Menurut Wilson et al., (2023) manajemen memiliki peran yang cukup penting dalam perkembangan suatu bisnis dimana pengendalian sebuah bisnis berbobot besar pada penilaian pengendalian biaya yang terjadi dalam suatu operasional bisnis tersebut, pengendalian biaya dinilai efektifitasnya dalam skala dimana pengendalian biaya dapat menghasilkan nilai kemampuan pusat dalam produksi yang mencapai jumlah volume tertentu dan menyentuh kualitas produksi tertentu. Masalah biaya produksi dapat dijadikan sebagai alat pengendalian dan manajemen produksi yang dimana berdasarkan pemeriksaan antara biaya yang digunakan dalam melakukan produksi dan juga dilakukan perbandingan sebagai evaluasi biaya produksi yang sebenarnya dengan biaya yang digunakan sebagai standar produksi pada industri yang sama, berdasarkan perbandingan tersebut dapat didapatkan

evaluasi dimana mendapatkan kesimpulan apakah terjadi penyimpangan produksi baik hal tersebut berdampak positif maupun negatif.

Menurut penelitian dalam jurnal INTECH, efektivitas selalu dapat dibandingkan dengan aspek lainnya yang serupa yaitu efektifitas dan efisiensi, sehingga dengan penggabungan dua aspek tersebut dapat menghasilkan kombinasi untuk membaca dan menyimpulkan kegiatan dalam mengelola sumber daya yang digunakan dalam produktivitas, dan efisiensi yang digunakan untuk mengukur *output* maksimal yang dihasilkan dari *input* yang *minimum* untuk tujuan mengurangi pemborosan (Sudiman & Fahrudin, 2021).

Dalam bisnis dengan skala menengah dan kecil, efektifitas dan efisiensi menjadi salah satu tinjauan penting dalam perkembangan bisnis untuk penghematan biaya untuk produksi dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang maksimal untuk mengembangkan suatu bisnis dengan pengukuran hasil maksimal tersebut, sehingga digunakan untuk tidak hanya mendapatkan perkembangan dalam bisnis yang efektif tetapi juga mendapatkan hasil manajemen yang efisien.

Keunikan dalam bisnis usaha dengan skala menengah dimana perkembangan bisnis tersebut harus memiliki beberapa pertimbangan dan juga bantuan dan faktor faktor yang dapat membantu perkembangan bisnis dalam skala menengah tersebut, seperti beberapa kebijakan dan peraturan yang membantu bisnis UKM, dimana bisnis yang memiliki skala menengah memiliki keunggulan bersaing dalam pasar, dimana bisnis yang memiliki daya saing dalam keunikan produk dalam pasar memiliki daya saing dari beberapa faktor seperti faktor-faktor lokal, bahan baku, teknik produksi ataupun nilai-nilai yang ada pada hasil produk.

Bisnis yang memiliki inovasi dan keunggulan ini cenderung memanfaatkan keunikan bisnis ini untuk membantu perkembangan bisnis itu sendiri secara daya saing eksternal, dimana sikap proaktif untuk mengambil risiko dalam manajemen secara operasional menjadi salah satu faktor tolak ukur dalam kesuksesan UKM. Keunikan dimana dalam menjalankan operasional bisnis UKM, terdapat perundang undangan yang dimana bisnis UKM mendapatkan perlindungan secara hukum, melalui hak kekayaan intelektual ataupun dengan sertifikasi produk (Fahrifah & Yoseph, 2020).

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Sholihat et al., (2018), menyatakan bahwa kinerja lembaga keuangan syariah yang telah dilakukan oleh KJKS Berkah Madani Cimanggis dalam meningkatkan usaha anggotanya dan mengetahui dampak dari pembiayaan tersebut terhadap peningkatan kesejahteraan anggotanya. Pada penelitian Latifah & Syam (2020), ada empat faktor yang dapat digunakan untuk menentukan indikator kinerja UKM yaitu faktor sumber daya, faktor keuangan, faktor pelanggan dan faktor SCM (*Supply Chain Management*). Penelitian lainnya menyatakan bahwa analisis IPA menyoroti atribut yang memerlukan perbaikan, yaitu meliputi kejelasan waktu di tempat untuk pemberitahuan persetujuan prinsip, kecepatan waktu di tempat untuk menerbitkan pemberitahuan persetujuan prinsip, kejelasan biaya yang diperlukan, dan kecepatan menangani pertanyaan dan keluhan (Anisa et al., 2023). Penelitian terdahulu membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UKM, kebaruan penelitian ini fokus dalam bisnis dalam pengembangan divisi yang menjadi alokasi biaya terbesar pada awal pembuatan bisnis yang jarang dilakukan oleh peneliti lainnya yang meneliti secara keseluruhan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membandingkan dan melihat sehingga untuk mendapatkan kesimpulan untuk menjadi fokus dalam pembelajaran bagi bisnis untuk perkembangan dan fokus dalam bisnis dalam pengembangan divisi yang menjadi alokasi biaya terbesar pada awal pembuatan bisnis.

METODE PENELITIAN

Dalam mengamati kenyataan permasalahan utama yang ingin diangkat diharuskan bagi seorang peneliti untuk melakukan penelitian. Salah satu langkah yang harus dilakukan sebelum melakukan penelitian adalah menentukan metode penelitian yang digunakan. Menurut Sugiyono, (2022), "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu." Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yang menggunakan jenis data primer dan juga sekunder. Menurut Sugiyono, (2022), "Metode kuantitatif merupakan metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Data penelitian dalam metode ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik." Pengumpulan data yang digunakan diperoleh melalui pengamatan atau survei salah satu *project business* mahasiswa Universitas Prasetya Mulya

yaitu *business development*. Dalam survei yang dilakukan akan dilakukan pengukuran efektivitas *operation management* yang diukur melalui KPI (*key performance indicator*).

Populasi dan Sample Size

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan fashion tas yang memiliki sistem operasional terdokumentasi dan ingin menganalisis efisiensi serta pertumbuhan bisnis. Namun, penelitian ini menggunakan bisnis fashion yang ada di mata kuliah *business development* semester 4 Prasetya Mulya. Perusahaan yang terdaftar berupa Destache, Nomadize, Inara Paws, LSTRIDE, dan Delier.

Sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh tim di LSTRIDE, yang terdiri dari 12 orang, termasuk level C-level dan staf.

Tabel 1. LSTRIDE Division KPI Score Parameter

Posisi dalam perusahaan	Jumlah	Persentase tugas dalam rangka operasional (%)
C-Level (CEO, COO, CMO, CFO, CHRO)	5	20%
Divisi Operations	3	40%
Divisi Marketing	3	30%
Divisi Financing	1	10%
Total	12	100%

C-Level (20%) → Bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis terkait operasional, termasuk efisiensi produksi, manajemen sumber daya, dan pengembangan bisnis.

Divisi Operations (40%) → Mengelola seluruh aktivitas produksi dan operasional tas, memastikan efisiensi dalam proses pembuatan, distribusi, serta manajemen stok barang.

Divisi Marketing (30%) → Menyusun marketing plan berdasarkan stok yang tersedia dan model tas yang ada, memastikan strategi pemasaran selaras dengan kapasitas produksi.

Divisi Financing (10%) → Mencatat stok tas berdasarkan penjualan yang tercatat, serta berkoordinasi dengan divisi operasional untuk merencanakan restock barang yang diperlukan.

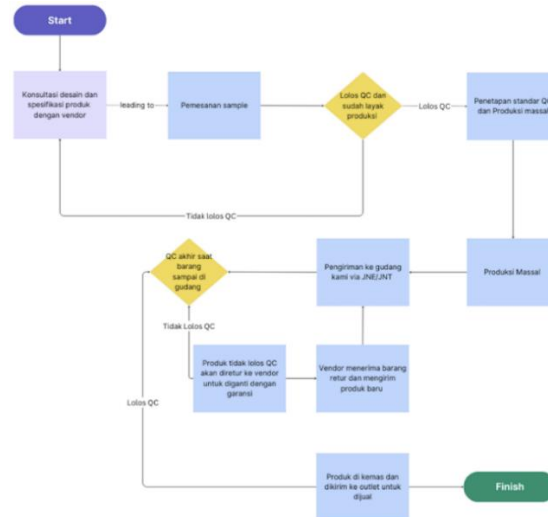
Penentuan Dependent & Independent variabel untuk analisis regresi

Tabel 2. LSTRIDE Variable

No.	Variable	Pemilihan KPI	Penjelasan
1.	Dependent Variabel (Y): Perkembangan Bisnis	Revenue Growth (%)	Tingkat pertumbuhan bisnis dalam nilai penjualan
2.	Independent Variable (X)	Cost Efficiency (%)	Efektivitas dalam penggunaan sumber daya untuk produksi
		Defect Rate (%)	Keberhasilan dalam menghasilkan produk berkualitas
		Lead Time Efficiency	Kecepatan dan efektivitas dalam mengelola operasional

LSTRIDE adalah model yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen dan dependen. Dalam konteks ini, perkembangan bisnis sebagai variabel dependen (Y) dipengaruhi oleh efisiensi biaya, tingkat cacat, dan efisiensi waktu tunggu sebagai variabel independen (X), yang menunjukkan bagaimana faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi pertumbuhan dan keberhasilan bisnis.

Quality Control DIAGRAM



Gambar 2. LSTRIDE Quality Control Diagram

Gambar 2 pada diagram kendali kualitas LSTRIDE biasanya menggambarkan penggolongan jenis diagram kendali yang digunakan untuk menyatukan dan menganalisis variabel kualitas. Diagram ini membantu dalam mengidentifikasi tren, variasi, dan potensi masalah dalam proses, sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik untuk perbaikan kualitas.

Check Sheet

Tabel 3. Check Sheet Produk

Defect On	Faye Cream	Faye Black	Faye Cream (Batch2)	Valentine Bag
Total Produksi	25	25	-	-
Jahitan Kurang Rapi	0	0		
Label Tidak Sesuai Pesanan	0	3		
Warna Herring Bone Tidak Sesuai	0	0		
Defect Pada Fitur	0	0		
Defect Material	0	0		

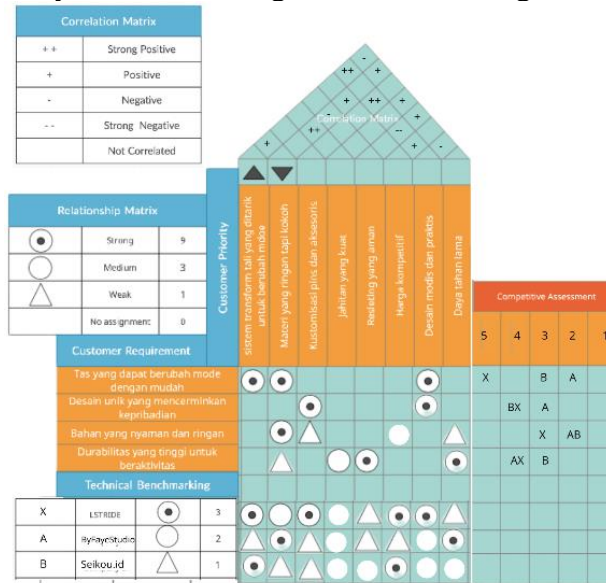
Secara keseluruhan, tabel ini menunjukkan bahwa Faye Cream dan Faye Black memiliki kualitas yang baik, dengan satu masalah yang teridentifikasi pada pelabelan Faye Black. Data ini dapat digunakan untuk melakukan perbaikan dalam proses produksi dan memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang diharapkan.

Tabel 4. Check sheet supplier

Defect On	Faye Cream	Faye Black	Faye Cream (Batch2)	Valentine Bag
Total Produksi	25	25	-	-
Packaging kurang rapi	0	0		
Packaging meninggalkan bekas	2			
Jumlah produksi tidak sesuai	0	0		
Pesanan tidak sesuai	0	0		

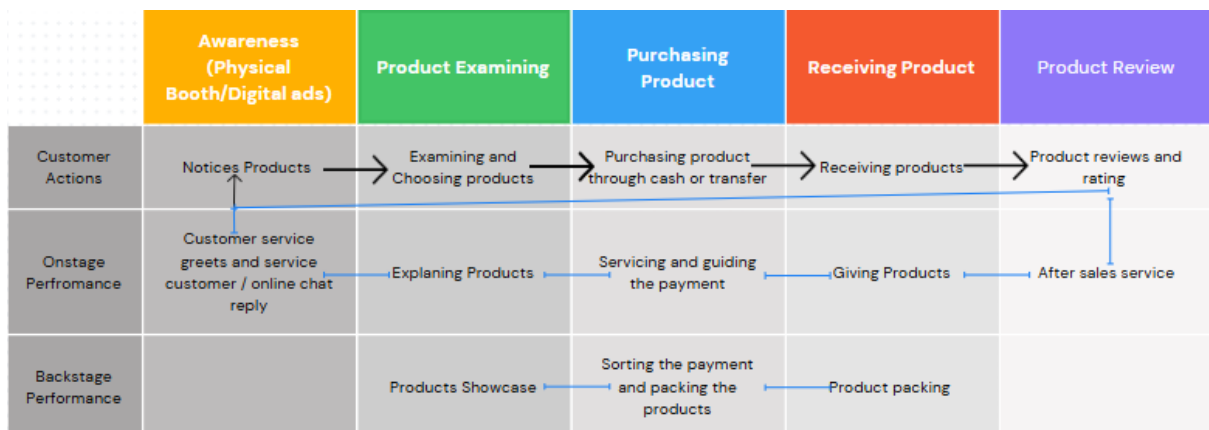
Tabel ini menunjukkan bahwa Faye Cream dan Faye Black memiliki kualitas kemasan yang baik, meskipun ada dua unit Faye Cream yang mengalami masalah dengan kemasan yang meninggalkan bekas. Data ini dapat digunakan untuk melakukan perbaikan dalam proses pengemasan dan memastikan bahwa produk yang dikirim kepada pelanggan dalam kondisi terbaik.

Penerapan House of Quality in Product Design dan Service Design



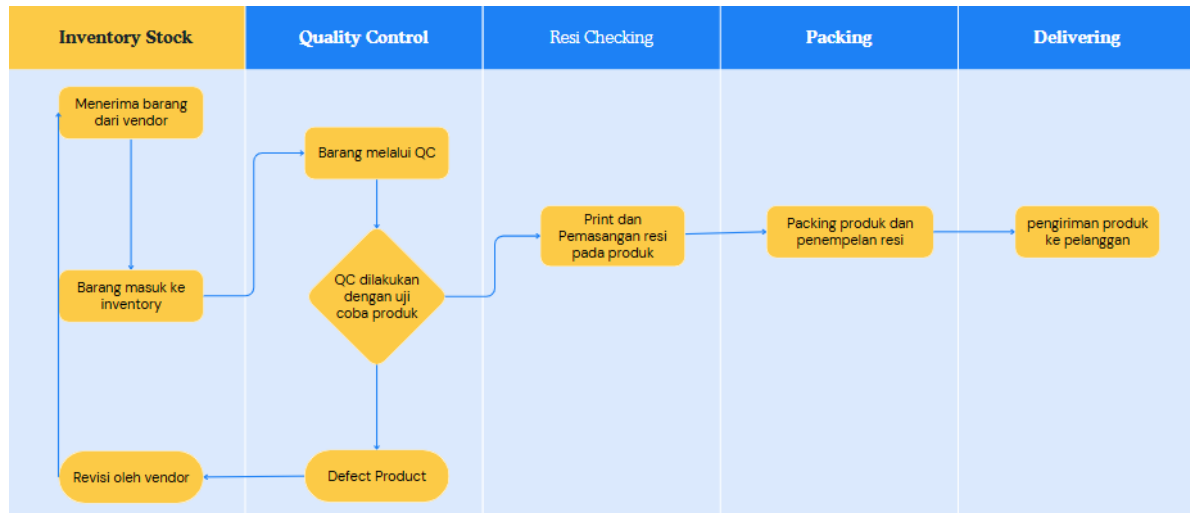
Gambar 3. LSTRIDE House Of Qualities

Dalam *House of Quality*, hal pertama yang harus dilakukan adalah mencari tahu apa yang diinginkan oleh *customer* (*customer requirement*), misalnya seperti bahan yang nyaman dan ringan. Langkah ke-2, tentukan kompetitor misalnya seperti 'ByFayeStudio' dan 'Seikou.id', lalu temukan korelasi antara *customer requirement* dan *competitive assessment*, misalnya LSTRIDE sangat unggul pada "Tas yang dapat berubah mode dengan mudah", perusahaan ByFayeStudio memiliki nilai 4 dari 5 pada "Durabilitas yang tinggi untuk beraktivitas". Hal ke-3 adalah *design characteristics*, yaitu apa yang bisa dilakukan perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen dari *customer requirement*. Langkah ke-4 adalah tentukan korelasi antara *customer requirement* dan *customer priority*, misalnya "tas yang dapat berubah mode dengan mudah" memiliki korelasi *strong* dengan "sistem transformasi tali yang ditarik untuk berubah mode". Langkah ke-5 adalah menentukan korelasi antara setiap poin dari *customer priority*, misalnya "kustomisasi pins dan aksesoris" memiliki korelasi *strong* positif dengan "desain modis dan praktis". Langkah terakhir adalah *Target value*, diantara kompetitor, mana yang memiliki nilai *value* yang paling tinggi dari *customer priority*.



Gambar 4. LSTRIDE Service Design

Service design menunjukkan hubungan dan flow pekerjaan dan interaksi antara pembeli dan organisasi ketika membeli produk. Secara keseluruhan, Gambar 4 menggambarkan pentingnya desain layanan dalam menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan, serta bagaimana organisasi dapat mengelola interaksi dan alur kerja untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Desain layanan yang baik tidak hanya fokus pada produk, tetapi juga pada bagaimana produk tersebut disampaikan dan diterima oleh pelanggan.



Gambar 5. LSTRIDE Work Flow

Flow pengerjaan produk dan pengiriman produk. Secara keseluruhan, Gambar 5 menggambarkan pentingnya alur kerja yang terstruktur dalam proses pengerjaan dan pengiriman produk. Alur kerja yang efisien dan terorganisir tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga memastikan bahwa produk yang dikirim kepada pelanggan berkualitas tinggi dan tepat waktu. Desain alur kerja yang baik membantu organisasi dalam mengidentifikasi area untuk perbaikan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Modal awal: Rp 4.625.000

Tabel 5. Hasil Perminggu

Periode	Revenue	Cost efficiency	Defect rate	Lead time (days)
Jan Week 1	510000	83%	10%	13
Jan Week 2	199200	62%	11%	10
Jan Week 3	996000	81%	11%	10
Jan Week 4	1195200	83%	10%	10
Feb Week 1	199200	80%	11%	10
Feb Week 2	597600	70%	10%	13
Feb Week 3	1195200	83%	10%	13
Feb Week 4	398400	70%	11%	10
Mar Week 1	996000	79%	10%	10
Mar Week 2	199200	63%	11%	10

Tabel 6. Summary Output

SUMMARY OUTPUT								
Regression Statistics								
Multiple R	0.839641954							
R Square	0.704998611							
Adjusted R Square	0.5574979165							
Standard Error	274201.4759							
Observati	10							

ons								
ANOVA								
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>			
Regression	3	10780900 23529	3593633 41176	4.779629 095	0.049526 15292			
Residual	6	45111869 6471	7518644 9412					
Total	9	15292087 20000						
	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>
Intercept	- 15611713.76	12343459 .78	- 1.264776 169	0.252855 2613	- 4581507 1.72	1459164 4.19	- 4581507 1.72	1459164 4.19
Cost efficiency	21794117.65	10515146 .61	2.072640 398	0.083581 51743	- 3935519. 155	4752375 4.46	- 3935519. 155	4752375 4.46
Defect rate	- 52284704.46	2443 4992.62	- 2.139747 094	0.07 6176970 82	- 1120749 77.4	750 5568.453	- 1120749 77.4	750 5568.453
Lead time (days)	35960.77401	108976.3 98	0.329986 8106	0.752626 7163	- 230694.8 652	302616.4 132	- 230694.8 652	302 616.4132

Model ini signifikan secara statistik ($p = 0.0495$), artinya variabel-variabel ini secara bersama-sama mempengaruhi revenue.

Cost Efficiency ($\beta = 21.79$, $p = 0.0836$) dan *Defect Rate* ($\beta = -52.28$, $p = 0.0762$) memiliki pengaruh yang cukup signifikan.

1. *Cost Efficiency* berpengaruh positif: Meningkatkan efisiensi biaya dapat meningkatkan revenue.
2. *Defect Rate* berpengaruh negatif: Semakin tinggi tingkat cacat, semakin rendah revenue.

Lead Time ($p = 0.75$) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap revenue.

Model ini menjelaskan 70.5% variasi revenue, tetapi mungkin masih bisa ditingkatkan dengan variabel lain.

Pembobotan Regresi Menggunakan bobot KPI

$$Y = A + (0.2 \times B1)X1 + (0.4 \times B2)X2 + (0.3 \times B3)X3 + C$$

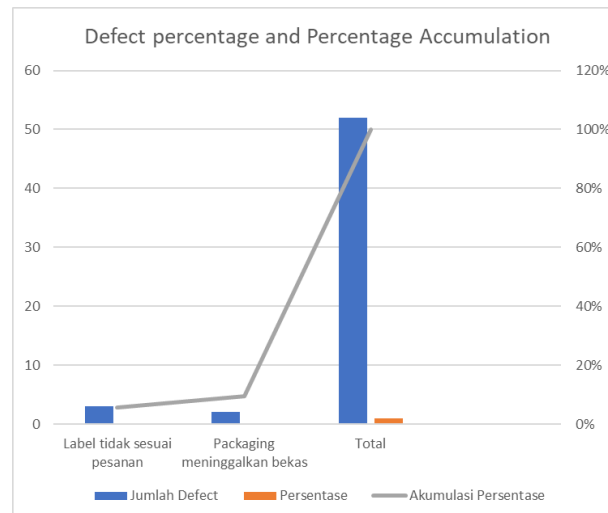
di mana:

1. Nilai bobot 0.4 didapat dari *Cost Efficiency* karena terutama dikontrol oleh Divisi Operations
2. Nilai bobot 0.3 didapat dari *Defect Rate* karena berkaitan dengan hasil didapat sesuai dengan house of quality yang didapat dari divisi marketing berdasarkan saran dan kualitas yang sesuai dengan keinginan pelanggan
3. Nilai bobot 0.2 didapatkan dari *Lead Time Efficiency*, karena dikontrol oleh kombinasi kinerja C-Level

Pareto Analysis

Tabel 7. Pareto Analysis

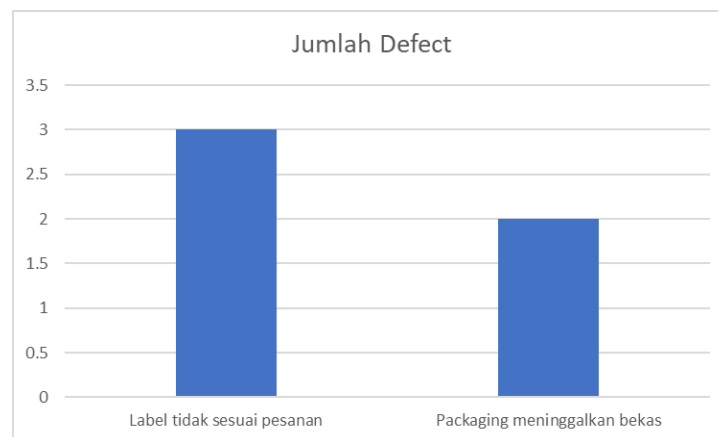
Penyebab	Jumlah Defect	Presentase	Akumulasi Presentase
Label tidak sesuai pesanan	3	6%	6%
Packaging meninggalkan bekas	2	4%	10%
Total	32	100%	100%



Gambar 6. Defect percentage and Percentage Accumulation

Pareto analysis digunakan untuk mengidentifikasi masalah terbesar dalam suatu proses produksi yang dimana dari hasil defect paling besar diperhitungkan untuk diselesaikan dengan secepatnya dan sebaiknya.

Histogram



Gambar 7. Jumlah Defect

Sepanjang perjalanan bisnis operasional LSTRIDE menemukan beberapa masalah pada produksi yang terdapat pada masalah label dan packaging yang datang kepada perusahaan memiliki bekas yang terdapat pada material dasar tas, sehingga membuat pekerjaan ekstra untuk menghilangkan bekas tersebut sebelum dijual.

Statistical Process Control Chart

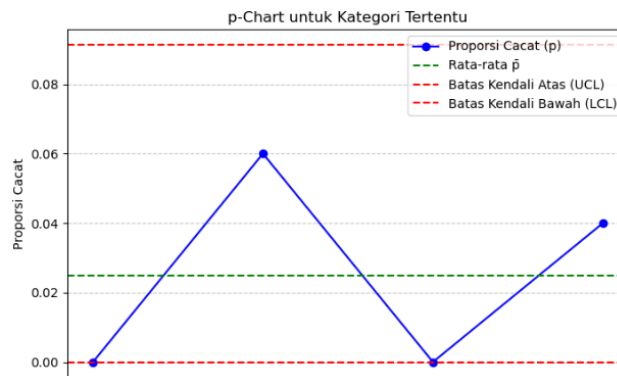
Berdasarkan hasil perhitungan proporsi defect yang ada masih berada dalam batasan UCL sehingga membuat kontrol kualitas masih berada dalam kontrol statistik.

Tabel 8. Statistical Process Control

Penyebab	Jumlah Defect	Proporsi Defect (p)	Rata-rata $\bar{p}$	UCL (Batas Atas)	LCL (Batas Bawah)
Jahitan kurang rapih	0	0	0.06	0.189	0
Label tidak sesuai pesanan	3	0.06	0.06	0.189	0
Warna herring bone tidak sesuai	0	0	0.06	0.189	0
Defect pada fitur	0	0	0.06	0.189	0

Penyebab	Jumlah Defect	Proporsi Defect (p)	Rata-rata $\bar{p}$	UCL (Batas Atas)	LCL (Batas Bawah)
Defect material	0	0	0.06	0.189	0
Packaging meninggalkan bekas	2	0.04	0.06	0.189	0

Tabel ini memberikan wawasan yang berharga tentang kinerja proses produksi dan membantu dalam mengidentifikasi area yang memerlukan perhatian lebih lanjut. Dengan menggunakan analisis SPC, organisasi dapat mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan kualitas produk dan mengurangi jumlah cacat, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional.



Gambar 8. p-Chart untuk kategori tertentu

Data yang diperoleh menunjukkan bahwa strategi operasional yang efisien berdampak langsung pada efektivitas produksi. LSTRIDE mampu mengoptimalkan proses produksi dengan meminimalkan limbah dan meningkatkan efisiensi tenaga kerja. Salah satu tantangan utama yang diidentifikasi adalah keterlambatan dalam rantai pasokan bahan baku, yang berdampak pada kelancaran proses produksi.

Penelitian ini juga menunjukkan adanya korelasi positif antara efektivitas manajemen operasional dan potensi pengembangan bisnis. Penerapan perencanaan produksi yang terstruktur memungkinkan LSTRIDE memperluas lini produknya, seperti melalui peluncuran produk *Faye*. Namun, kesadaran merek (brand awareness) dan penetrasi pasar masih tergolong rendah karena LSTRIDE merupakan pemain baru di industri ini.

Temuan ini sejalan dengan studi Aptasari et al., (2024) yang menekankan pentingnya strategi operasional dalam meningkatkan efisiensi produksi dan pengembangan pasar. Selain itu, hasil ini memperkuat temuan Hak et al., (2021) yang menyatakan bahwa keterpaduan antara perencanaan produksi dan pengelolaan rantai pasok sangat menentukan keberhasilan bisnis fashion skala kecil.

Struktur organisasi LSTRIDE, yang terdiri dari lima eksekutif dan enam staf, mampu menjaga stabilitas operasional. Namun, kebijakan pembagian ekuitas yang terbatas hanya pada pihak yang berkontribusi finansial berpotensi menurunkan motivasi staf. Handayani et al., (2024) menyarankan bahwa skema insentif berbasis kinerja dapat menjadi pendekatan yang lebih tepat untuk meningkatkan motivasi dan keterlibatan karyawan secara menyeluruh.

Hasil quantitative

Analisis regresi dan uji ANOVA dilakukan berdasarkan data penjualan LSTRIDE selama minggu pertama Januari 2025. Data ini digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel-variabel seperti *cost efficiency* (B1), *defect rate* (B2), dan *lead time* (B3) terhadap pertumbuhan bisnis. Model regresi yang digunakan:

$$Y = -12.61 + (0.2 \times 21.79)X_1 + (0.4 \times (-52.28))X_2 + (0.3 \times 35.96)X_3$$

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai $Y = -18.376$, yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang cukup besar dari defect rate terhadap hasil akhir. Hal ini mempertegas pentingnya kontrol kualitas dalam operasional produksi. Uji ANOVA menunjukkan bahwa variabel X_2 (*defect*

rate) memberikan kontribusi paling signifikan terhadap penurunan performa bisnis.

Analisis korelasi

Hasil regresi dan korelasi yang diperoleh menunjukkan bahwa divisi operasional memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan bisnis. Variabel *defect rate* (X2) menunjukkan korelasi negatif yang kuat, menandakan bahwa semakin tinggi tingkat cacat produksi, semakin rendah pertumbuhan bisnis. Sebaliknya, *cost efficiency* (X1) memberikan pengaruh positif yang dapat menyeimbangkan dampak negatif tersebut.

Artinya, meskipun tingkat cacat produk tinggi dapat menurunkan performa, efisiensi biaya yang tinggi mampu mengurangi tekanan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa *cost efficiency* memiliki peran penting dalam memitigasi risiko operasional dan meningkatkan keberlanjutan bisnis.

Gap Analysis

Tabel 9. Gap Analysis

Aspek	Kondisi Saat Ini (LSTRIDE)	Praktik Terbaik Industri	Kesenjangan yang Ditemukan
Efisiensi Produksi	Sudah terstruktur tetapi mengalami keterlambatan pengadaan bahan baku	Sistem Just-in-Time (JIT) atau Vendor-Managed Inventory (VMI)	Perlu strategi rantai pasokan yang lebih tangguh
Pertumbuhan Bisnis	Ekspansi produk (Faye), tetapi brand awareness masih rendah	Penguatan kehadiran digital dan strategi penetrasi pasar	Perlu strategi pemasaran dan branding yang lebih kuat
Strategi Operasional	Pengambilan keputusan didominasi C-level, pembagian ekuitas terbatas untuk staf	Skema insentif karyawan berbasis kinerja	Potensi kesenjangan motivasi staf
Perencanaan Kapasitas	Struktur peran sudah jelas, tetapi skalabilitas terbatas	Model produksi yang fleksibel dan mudah diskalakan	Perlu strategi skalabilitas yang lebih baik

Secara keseluruhan, tabel ini menunjukkan bahwa meskipun ada beberapa aspek yang sudah terstruktur dengan baik, masih ada kesenjangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan efisiensi, pertumbuhan, dan motivasi dalam organisasi. Mengadopsi praktik industri terbaik dapat membantu mengatasi kesenjangan ini dan mendukung keberhasilan jangka panjang.

KESIMPULAN

Hasil dari korelasi dan perhitungan berdasarkan data dan metode penelitian yang diukur berdasarkan KPI yang dimiliki bisnis LSTRIDE menunjukkan hasil bahwa divisi operasional pada bisnis LSTRIDE memiliki peranan penting sebagai tolak ukur dan divisi penting untuk memulai perkembangan bisnis yang dapat diukur dari efektifitas produksi produk yang ditugaskan pada divisi operasional. Efektifitas produksi memiliki andil besar dalam perkembangan bisnis yang dapat memengaruhi divisi lainnya seperti keputusan keuangan dan pemasaran dalam sebuah bisnis yang didasarkan pada korelasi efisiensi biaya yang dibutuhkan pada bisnis memiliki andil besar pada berjalannya sebuah bisnis dan produk yang bagus menjadi andalan bagi bisnis untuk dapat berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, N., Hubeis, M., & Palupi, N. S. (2023). Kajian Efektivitas Pembiayaan KUR Mikro Dalam Pengembangan UMKM di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus di BSI KCP Bogor Pomad). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 18(2), 152–162. <https://doi.org/10.29244/mikm.18.2.152-162>
- Aptasari, F. W., Aryawati, N. P. A., & Falah, M. H. (2024). Identifikasi Greenwashing atau Greenwashing pada Perusahaan Retail di Indonesia: Evaluasi Laporan Keberlanjutan. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 19(2), 301–322.
- Basuki, N. (2023). Mengoptimalkan modal manusia: Strategi manajemen sumber daya manusia yang efektif untuk pertumbuhan organisasi yang berkelanjutan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*,

4(2), 182–192.

- Brenda, J. (2019). *Pengaruh brand awareness, brand association, perceived quality dan brand loyalty terhadap keputusan pembelian konsumen popluca the label*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Fahriyah, A., & Yoseph, R. (2020). Keunggulan kompetitif spesial sebagai strategi keberlanjutan UKM di Era New Normal. *Prosiding Seminar Stiami*, 7(2), 104–110.
- Hak, A. A., Rum, M., & Azwar, M. (2021). *Memilih profesi pustakawan: Antara kecerdasan emosional dan pengembangan karir*. Adabia Press.
- Handayani, A. S., Mentari, B., Djati, L. A., Sudaryana, Y., & Rusilowati, U. (2024). Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Loyalitas Karyawan melalui Pemberian Kompensasi Berbasis Kinerja pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Klinik Bisnis Ponsera Bojongsari Depok. *Karimah Tauhid*, 3(12), 13158–13166.
- Handoyo, S., Suharman, H., Ghani, E. K., & Soedarsono, S. (2023). A business strategy, operational efficiency, ownership structure, and manufacturing performance: The moderating role of market uncertainty and competition intensity and its implication on open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2), 100039. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100039>
- Latifah, S. W., & Syam, D. (2020). Pengembangan Indikator Penilaian Kinerja Penerapan Faktor Lingkungan Supply Chain UMKM. *Performance: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 10(1), 1–17. <https://doi.org/10.24929/feb.v10i1.968>
- Nur, M., & Yani, D. (2019). Pengukuran Kinerja Perusahaan dengan Menggunakan Integrated Performance Measurement Systems. *Industrial Engineering Journal*, 8(2). <https://doi.org/10.53912/iejm.v8i2.400>
- Puspita S, R. A., Ramlawati, & Serang, S. (2024). Analisis Model Bisnis dan Manajemen Operasional Perusahaan Start-up E-Commerce. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(12), 5954–5963. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i12.6450>
- Sholihat, S., Tanjung, H., & Gustiawati, S. (2018). Analisis Efektivitas Pembiayaan Lembaga Keuangan Mikro Syariah Terhadap Perkembangan Usaha Nasabah Di Sektor Riil (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah). *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 1–58.
- Sudiman, S., & Fahrudin, W. A. (2021). Perancangan Efektivitas dan Efisiensi untuk Peningkatan Produktivitas Lini Produksi Wellhead dengan Metode Objective Matrix. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(1), 15–22. <https://doi.org/10.30656/intech.v7i1.2590>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wen, X., Choi, T.-M., & Chung, S.-H. (2019). Fashion retail supply chain management: A review of operational models. *International Journal of Production Economics*, 207, 34–55. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2018.10.012>
- Wilson, W., Fitrilinda, D., & Arifi, N. (2023). Manajemen Pendidikan Kecakapan Vokasional di Pondok Pesantren Al-Fadhlah Kelurahan Minas Jaya Kecamatan Minas. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 7307–7315.